

**“Desarrollo Territorial Rural en el Norte de Santa Fe.
El caso de la Feria Promocional de Avellaneda”**



***Trabajo Final Integrador. Especialización en Desarrollo Rural.
Escuela para graduados “Alberto Soriano”. Facultad de Agronomía.
Universidad de Buenos Aires.***

Autora: Patricia de la Vega

Tutor: Esteban Tapella

Fecha de Finalización del Trabajo: Noviembre de 2010

Fecha de Defensa: 3 de agosto de 2011



“La feria nos permite tener una entrada más para la familia. Cuando nos fallan las otras producciones, nos respalda la plata segura que entra de la feria” (Nelly).

“Empecé con la feria para vender lo que me sobraba, pero ahora vendo mas, porque produzco para vender” (Lidia).

“Nuestros hijos se preocupan por que nos tenemos que levantar a la cuatro de la mañana para ir a la feria. Pero a nosotros nos encanta. Allá vendemos los quesos, compartimos con nuestros compañeros, charlamos con los clientes y volvemos al campo contentos” (Orfel y Vilma).

RESUMEN

El presente trabajo trata sobre la Feria Promocional de Avellaneda, que funciona desde el año 2002 en la ciudad homónima del norte santafesino y está integrada por pequeños productores agropecuarios. Con esta experiencia se ha contribuido al establecimiento de un canal de comercialización alternativo que es gestionado actualmente por la organización de feriantes, producto del proceso mencionado

El Programa Social Agropecuario (PSA) ha intervenido durante las etapas de creación y posterior funcionamiento de esta feria, sustentándose en dos enfoques: el Desarrollo Rural con Enfoque Territorial y en la Intervención Comunitaria como propuesta metodológica desde la perspectiva de la Educación Popular. Este trabajo tiene por objetivo analizar la experiencia de la Feria Promocional de Avellaneda para la comprensión del proceso de intervención y la generación de lecciones aprendidas.

El abordaje metodológico se basa en los principios básicos de una sistematización de experiencias, entendida como un proceso de reflexión participativa efectuado en conjunto con las familias que integran la feria y con los distintos actores locales relacionados con ella: los técnicos del PSA, los funcionarios de la Municipalidad de Avellaneda y los clientes.

Finalmente se sintetizan las lecciones aprendidas que se enuncian como un listado de buenas prácticas para ser tenidas en cuenta por otras iniciativas que se propongan desarrollar una actividad similar.

Palabras claves: feria franca, pequeños productores agropecuarios, sistematización de experiencias, desarrollo rural, enfoque territorial, intervención comunitaria, educación popular.

INDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	6
1. CARACTERIZACIÓN DEL CONTEXTO EN EL CUAL SE INSCRIBE LA EXPERIENCIA	9
1.1. Ubicación Geográfica y datos climáticos	9
1.2. Aspectos socioeconómicos y productivos	9
1.3. Los actores sociales involucrados en la experiencia	12
1.3.1. El Programa Social Agropecuario (PSA)	12
1.3.2. La Municipalidad de Avellaneda	16
1.3.3. Los Pequeños Productores Agropecuarios	17
2. LA EXPERIENCIA: CREACIÓN DE LA FERIA DE AVELLANEDA	18
2.1. Recuperación del proceso de intervención	18
2.2. Análisis de la intervención del PSA	27
2.2.1. Resultados de la intervención	27
2.2.2. Obstáculos y Dificultades le la intervención	29
2.2.3. Principales aprendizajes desde la intervención	31
3. LA FERIA DESDE LA MIRADA DE LOS ACTORES LOCALES	33
3.1. La mirada de la feria desde los productores	33
3.1.1. Antes de la feria	33
3.1.2 La reconstrucción de la experiencia	34
3.1.3. Principales logros	34
3.1.4 Principales obstáculos y dificultades	37

3.1.5. Lecciones aprendidas	40
3.2. La mirada de la feria desde la Municipalidad	40
3.2.1. Principales logros	41
3.2.2. Principales obstáculos y limitaciones	41
3.2.3. Lecciones Aprendidas	42
3.3. La mirada de la feria desde los consumidores	42
4. REFLEXIONES FINALES	43
4.1. Aspectos de la experiencia presentes en los enfoques de intervención	43
4.2. Aprendizajes y recomendaciones	46
5. BIBLIOGRAFÍA	49
Anexo N° 1 Reglamento Interno de la Feria de Avellaneda	52
Anexo N° 2 Cambios registrados en los sistemas productivos familiares	54
Anexo N° 3 Productos que se comercializan en la feria	57

LISTA DE ACRÓNIMOS

SAGPyA	Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación	PROINDER	Proyecto de Desarrollo de Pequeños Productores Agropecuarios
MAGIP	Ministerio de Agricultura y Ganadería de la Nación	EPA	Emprendimiento Productivo Asociativo
Ss. de AF	Subsecretaría de Agricultura Familiar-Nación	EAP	Explotación agropecuaria
PSA	Programa Social Agropecuario	ETA	Equipo Técnico de apoyo a la coordinación provincial
		TT	Técnico de Terreno

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo trata sobre la Feria Promocional de Avellaneda, que funciona desde el año 2002 en la ciudad homónima, localizada al norte de la provincia de Santa Fe. Las acciones generadas para facilitar la organización y el funcionamiento de la feria, han contribuido a mejorar la comercialización y la inserción en el mercado local de los pequeños productores agropecuarios del distrito y su zona de influencia.

El Programa Social Agropecuario¹ (PSA) ha intervenido durante las etapas de creación y posterior funcionamiento de esta feria en el marco del Desarrollo Rural con Enfoque Territorial y de la Intervención Comunitaria como propuesta metodológica con Perspectiva de Educación Popular. Para ello, ha articulado acciones con los actores sociales presentes en el territorio, fundamentalmente con la Secretaría de la Producción de la Municipalidad de dicha localidad. Los procesos de producción, comercialización y organización fueron abordados en esta iniciativa en forma integrada, posibilitando el establecimiento de un canal de comercialización alternativo que es gestionado actualmente por la organización de feriantes, producto del proceso mencionado.

Objetivo General

Analizar la experiencia de la Feria Promocional de Avellaneda para la comprensión del proceso de intervención y la generación de lecciones aprendidas, utilizando la metodología de sistematización de experiencias.

Objetivos específicos

- Describir y analizar críticamente el proceso de intervención, identificando los principales resultados y dificultades, así como las fortalezas y debilidades durante las fases de diseño e implementación de las diversas acciones vinculadas al proyecto
- Analizar y explicar la lógica del proceso de intervención y la influencia que sobre el mismo tuvo la metodología y procedimientos, el contexto institucional y socio-histórico, las relaciones entre el agente externo y los pobladores, las instituciones locales (públicas y privadas) y organizaciones de la sociedad civil.

¹ El Programa Social Agropecuario (PSA) al comienzo de la intervención pertenecía a la Secretaría de Agricultura de Agricultura, Ganadería Pesca y Alimentación de la Nación (SAGPyA). En el año 2008 la SAGPyA se lleva a categoría de ministerio y se crea el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación (MAGYP). De este modo se establece un nuevo organigrama y el PSA pasa a formar parte de la Subsecretaría de Agricultura Familiar (Ss. AF) dentro de dicho ministerio.

- Analizar y caracterizar los factores externos que obstaculizaron o facilitaron el logro de los objetivos de la experiencia, resaltando la manera como se enfrentaron desde la gestión del proyecto estos factores para construirle viabilidad a los mismos
- Generar lecciones aprendidas en función de prácticas exitosas o frustradas, y documentarlas de forma tal que permita ser conocidas y capitalizadas en diferentes instancias (Subsecretaría de Agricultura Familiar, gobierno municipal, gobierno provincial, organización de feriantes), resaltando aspectos tales como la pertinencia de la intervención en función del contexto local, y sus condiciones de sostenibilidad y replicabilidad.

El abordaje metodológico del presente estudio se basa en los principios básicos de una sistematización de experiencias entendida como un proceso de reflexión participativa efectuado en conjunto con las familias que integran la feria y los distintos actores locales relacionados con ellas: los técnicos del PSA a cargo de los proyectos y de las actividades de capacitación y asistencia técnica, los funcionarios de la Municipalidad de Avellaneda vinculados a la feria y los clientes de la misma. Se trata de un análisis reflexivo sobre las iniciativas que en conjunto responden a un modo de intervención que combinó el apoyo a proyectos productivos, actividades de asistencia técnica, capacitación, apoyo logístico y otras prácticas que contribuyeron a la organización y funcionamiento de la Feria Promocional de Avellaneda. Este estudio se ha asumido como “[...] la interpretación crítica de la experiencia, que a partir de su ordenamiento y reconstrucción, descubra o explicita la lógica del proceso vivido, los factores que han intervenido en dicho proceso, cómo se han relacionado entre sí y por qué lo han hecho de ese modo.” tal como lo expresa Tapella (2007: 103) citando a Jara O. (1998). El beneficio que produce el ejercicio de la sistematización de experiencias es el aprendizaje y la incorporación de nuevos conocimientos. “Una de las finalidades de la adquisición de estos conocimientos es la incorporación de los mismos a nuestras prácticas para poder continuar en nuestro trabajo de transformación social” (Alboan, 2006: 18).

Para el proceso desarrollado en la presente sistematización, se llevaron adelante los siguientes pasos:

- Elaboración de un plan de trabajo consensuado con las autoridades provinciales de la Subsecretaría de Agricultura Familiar, delegación Santa Fe. (Ss. de AF). En esta etapa se identificaron los actores sociales presentes en el ámbito local involucrados en la experiencia y también se establecieron acuerdos operativos con técnicos y productores para el trabajo de campo.
- Recopilación y análisis de la información secundaria (informes de avance y finales de los proyectos ejecutados, informes de asistencia técnica y memorias de las capacitaciones y documentación en general del PSA en la Ss. AF)
- Trabajo de campo con las siguientes actividades: visitas en terreno para entrevistas familiares a los integrantes de la feria, visita a la feria, taller con los feriantes en el campo de una de las familias, entrevistas a técnicos del PSA y a funcionarios de la Municipalidad de Avellaneda, entrevistas a consumidores habituales de la feria.
- Análisis de la información y redacción del presente documento

-Socialización del presente informe entre técnicos y funcionarios de la Ss AF y de la Municipalidad y entre las familias integrantes de la Feria de Avellaneda.

El documento está organizado en cuatro secciones principales y tres anexos. En la **primera sección** se presenta el contexto en el cual se inscribe la experiencia de trabajo con pequeños productores agropecuarios de Avellaneda. Se presentan los actores sociales involucrados en la experiencia y presentes en el territorio. El PSA, la Municipalidad de Avellaneda y los pequeños productores agropecuarios. Se presenta al PSA con sus estrategias de intervención con el sector de los pequeños productores agropecuarios en la provincia de Santa Fe y los enfoques empleados para la intervención: Desarrollo Territorial y la intervención comunitaria desde una perspectiva de Educación Popular como propuesta metodológica. Se describe la racionalidad que orienta el accionar de la Municipalidad de Avellaneda y se realiza una caracterización de los Pequeños Productores Agropecuarios que integran la feria.

En la **segunda sección** se describe la intervención para la creación de la Feria promocional de Avellaneda. Se reconstruye el proceso de intervención del PSA con sus principales hitos y las actividades: asistencia técnica, capacitaciones, proyectos comunitarios y proyectos productivos prediales. También se analiza este proceso de intervención, sus logros, dificultades y limitaciones. Para ello se focalizan aspectos como la estrategia de intervención, la metodología adoptada, la articulación institucional, la contribución de los proyectos y las actividades de apoyo a la organización y sostenimiento de la feria en el tiempo como canal de comercialización alternativo. Finalmente se sintetizan las lecciones aprendidas

En la **tercera sección** se explora la experiencia de la feria desde la mirada de los feriantes, de la municipalidad de Avellaneda y de los consumidores de la feria. Se identifican logros, dificultades y limitaciones de la Feria de Avellaneda para cada uno de estos actores locales.

Finalmente, en la **cuarta sección**, a modo de reflexión final se presenta un análisis de la experiencia de la feria a la luz de los postulados del desarrollo territorial y de la propuesta metodológica de intervención comunitaria con perspectiva de educación popular. También se sintetizan los aprendizajes que se enuncian como un listado de buenas prácticas a tener en cuenta por otras iniciativas que se propongan una actividad similar.

En los anexos, se adjunta el reglamento de funcionamiento interno de la feria (Anexo N° 1), un documento que refleja los cambios registrados en los sistemas productivos familiares como producto de las actividades de capacitación, asistencia técnica, apoyo a la organización y apoyo financiero que forman parte de esta experiencia (Anexo N° 2) y un tercer Anexo donde se detallan los productos que se comercializan en la feria (Anexo N° 3).

1. CARACTERIZACIÓN DEL CONTEXTO EN EL CUAL SE INSCRIBE LA EXPERIENCIA

En este apartado se describe desde el punto de vista productivo, económico y socio-cultural el Distrito de Avellaneda, escenario donde se desarrolló la experiencia objeto de estudio.

1.1. Ubicación Geográfica y datos climáticos

Mapa de la provincia de Santa Fe. Ubicación de Avellaneda



El distrito Avellaneda se encuentra ubicado en el Departamento General Obligado, en el noreste de la provincia de Santa Fe, República Argentina, sobre la margen izquierda del Arroyo El Rey que a través de otros afluentes lleva sus aguas hacia el Río Paraná. Las zonas urbana y rural del distrito cubren una superficie de 937 km².

La ciudad de Avellaneda, se encuentra ubicada a 320 Km. de distancia de la ciudad Capital de la Provincia, sobre la ruta Nacional N° 11 y a 225 Km. de la ciudad de Resistencia -Chaco

El norte santafecino como región fitogeográfica, forma parte del Parque Chaqueño Oriental. El clima en esta región esta caracterizado como subtropical húmedo con promedio de precipitación anual de 1.250 milímetros (promedio desde 1971 hasta 2008), con una estación seca entre junio y agosto, una estación húmeda entre febrero y abril y gran irregularidad en los momentos en que se producen las precipitaciones a través del año. (Vitti et al, 2010)

Las temperaturas medias anuales son de 20.5 °C, la media del mes más frío (Julio) es de 14 grados y la del mes más cálido (enero) de 27 grados con una máxima media de 34 grados y una mínima media de 20 grados. En cuanto a las temperaturas extremas absolutas, se han registrado días de invierno con temperaturas de -3 grados, grandes heladas y sin viento, y veranos con marcas de 43 grados con sensaciones térmicas de hasta 48 grados.

1.2. Aspectos socioeconómicos y productivos

Avellaneda tuvo su origen el 18 de enero de 1879 con la llegada, al entonces Territorio Nacional del Chaco, de un grupo de familias provenientes de la Región del Friuli - Venezia Giulia, y algunos de la provincia autónoma de Trento, Italia, atraídos por los postulados de la Ley 817 de Inmigración y Colonización, promulgada por el presidente argentino Dr. Nicolás Avellaneda. (Municipalidad de Avellaneda, 2008)

La inmigración italiana, le imprime a la población características socio-culturales muy fuertes. También está presente la población criolla y los pobladores originarios de la región. En el ámbito rural es frecuente que se encuentren ocupando diferentes roles, siendo los descendientes de los inmigrantes, dueños de las explotaciones rurales (colonos) y la población criolla desempeñándose en trabajos rurales de diferente índole (cosecheros, peones rurales). En el cuadro N° 1 se observan los datos que caracterizan la población del Distrito Avellaneda

Cuadro N° 1: Población del Distrito de Avellaneda en base a Censo 2001	
	Habitantes
Población Total	22.984
Población Urbana	17.693
Población Rural	5.291

En cuanto a las actividades económicas, la ciudad de Avellaneda es uno de los centros industriales más importantes del norte argentino. Cuenta con importantes establecimientos fabriles que procesan, fundamentalmente, materias primas agrícolas. Entre aquéllos se puede mencionar una planta aceitera, desmotadoras de algodón, fábrica de alimentos balanceados y plantas procesadoras de aves. También se localizan en esta ciudad fábricas de alfajores, de jugos y bebidas gaseosas, de maquinaria agrícola, de herbicidas e insecticidas, de pañales, de biodiesel, impresoras y carpinterías.

Respecto a las empresas vinculadas a la actividad agropecuaria y agroindustrial, se destaca la presencia de la Unión Agrícola de Avellaneda (UAA) con una influencia muy importante en la región. De acuerdo a la información contenida en la página web de esta institución (Unión Agrícola de Avellaneda, 2004), se trata de una cooperativa que desde su fundación en el año 1879, se destaca en el desarrollo de actividades destinadas al sector. Hoy cuenta con numerosos sitios distribuidos en el norte de la provincia de Santa Fe, en los cuales realizan actividades vinculadas a la comercialización agropecuaria en los rubros fibra y semillas de algodón, aves evisceradas, alimentos balanceados, subproductos de maíz y miel, soja, girasol, trigo, lino, sorgo, maíz y caña de azúcar, ganado vacuno y porcino en pie. Para la provisión de insumos cuenta con corralón y ferretería, productos agroquímicos y veterinarios, semillas, combustibles y lubricantes en la estación de servicios YPF en zona céntrica. En lo que se refiere a asesoramiento se contemplan los aspectos técnicos, impositivos, legales y laborales.

Respecto de las actividades agropecuarias de mayor importancia en el distrito se destacan la agricultura extensiva, la ganadería vacuna de cría, la avicultura. En cuanto a la actividad agrícola, según los datos de la campaña 2008-2009 extraídos del Portal de la provincia de Santa Fe, prevalecen los cultivos de soja

(5.058 ha) y de girasol (4.391 ha). Le siguen en importancia el trigo (1017 ha), maíz (836 ha), sorgo (586 ha) y algodón (210 ha). Este último representaba uno de los principales motores de crecimiento y desarrollo de toda la región, pero por diferentes causas fue mermando su superficie cultivada, provocando cambios en su realidad social y económica, tal como se menciona en próximos párrafos. La retracción de este cultivo se observa al comparar los datos de la superficie sembrada en el Departamento Obligado que de acuerdo a los datos del Censo Nacional Agropecuario de 1960, se sembraban 25.611 ha, registrando sólo 3.937 ha para el año agrícola 2008-2009.

La ganadería vacuna ocupa grandes extensiones del distrito con una existencia de 30.309 cabezas según datos de la Encuesta Ganadera 2009. La principal orientación de la ganadería bovina es la cría de terneros. Otra actividad importante es la porcina, presente en la región con 2.760 cabezas. En cuanto a los productores dedicados a la avicultura, se encuentran en su mayoría integrados a dos empresas que procesan el producto con una producción 15 millones de pollos anualmente comercializados en diferentes provincias del país. También están presentes en el distrito unidades productivas dedicadas a la producción porcina, horticultura y apicultura (Portal de la Provincia de Santa Fe)

Respecto a la situación del sector agropecuario, en el curso de los últimos 25 años, se ha modificado el perfil productivo de la provincia de Santa Fe en general y del territorio en particular. A grandes rasgos podría afirmarse que existe una presión de la agricultura extensiva (representada fundamentalmente por la soja) sobre las tierras de mediana aptitud productiva, desplazando a la actividad ganadera hacia zonas más marginales, provocando también un marcado retroceso de los cultivos industriales que fueron tradicionales para la zona como es el caso del algodón.

El proceso citado en el párrafo anterior conocido como agriculturización, ha impactado en la estructura agraria de la provincia y ha provocado cambios sociales y tecnológicos en el sector. De acuerdo a los datos del Censo Nacional Agropecuario 2002 se observa una importante caída en la cantidad de explotaciones agropecuarias (EAPs) en el período inter censal. Cuando se realizó el censo de 1988 había un total de 36.862 EAPs en la provincia de Santa Fe y de acuerdo a los datos preliminares del 2002 se observaron 27.728 (SAGPyA, 2003) Esto implica la desaparición del 25% de las explotaciones promedio para la provincia y el 30,81 % para el Dto. Gral. Obligado que en valores absolutos significan 725 explotaciones menos.

En el “Análisis Participativo del Proceso de Transformación Productiva e Institucional en Reconquista” (Cáceres et al., 2005:5-7) los autores analizan la región delimitada por los distritos de la Asociación para el Desarrollo del Norte Santafesino que incluye Avellaneda. Este trabajo describe el nuevo escenario del medio rural caracterizado por la presencia de productores capitalizados con enfoque empresarial, productores familiares descapitalizados, productores que responden al enfoque alternativo y minifundistas.

Los primeros, “[...] 'incluidos' dentro del modelo de desarrollo vigente. En algunos casos, estos productores se muestran en una situación relativamente 'estable' desde el punto de vista económico-productivo, y en otros se encuentran insertos en un proceso de acumulación progresiva de capital y/o expansión productiva....debido a cuestiones estructurales e internas a sus sistemas productivos, lograron adaptarse a las nuevas condiciones productivas y de articulación económica

que se impusieron en el sector agropecuario durante la década del '90 utilizan lo que comúnmente se conoce como 'tecnología moderna' y manejan sistemas productivos para los que se adecuan bastante bien los paquetes tecnológicos actualmente disponibles. El aumento de la producción y la productividad y la búsqueda de mayores niveles de rentabilidad, son los pilares centrales sobre los que se asienta el diseño de sus estrategias productivas.”

Los 'familiares descapitalizados' “[...] son aquellos productores históricamente descriptos como 'familiares capitalizados', pero que por distintas cuestiones se insertaron en procesos de descapitalización progresiva que amenazan su permanencia como productores agropecuarios. Muchos de estos productores solicitaron créditos bancarios para intentar 'actualizarse tecnológicamente', pero debido a las condiciones que imponía el modelo económico no pudieron cumplir con el plan de pagos previsto. El endeudamiento generó un proceso de descapitalización que en algunos casos finalizó con el remate de sus campos. Otros han dejado de ser productores y arriendan sus tierras a productores más capitalizados. Podría afirmarse que estos productores se encuentran inmersos en un proceso de 'des-inclusión' progresiva”.

Con respecto a los productores que responden a un enfoque alternativo, los mismos han generado una opción diferente para sus sistemas alternativos con respecto a los anteriormente mencionados, ya sea por que han incorporado tecnologías apropiadas, enfoques agroecológicos, agregado de valor a la producción y/o propuestas asociativas, lo cual les ha posibilitado permanecer en el sector y capitalizarse en base a estrategias diferentes a las contempladas en el modelo.

En el mismo trabajo se menciona otro grupo... “[...] de pequeños productores que se encuentra abocado a actividades predominantemente extensivas. No obstante, la estructura de sus sistemas productivos es distinta a las de los productores más capitalizados abocados también a la producción extensiva, ya que no disponen de escala productiva, ni de los activos necesarios como para diseñar explotaciones con un alto grado de especialización productiva.” En este sector de la producción se encuentran los pequeños ganaderos (cría vacuna). Se trata de productores minifundistas, que basan sus actividades predominantemente en el trabajo familiar y por la escasez de recursos naturales y/o de capital, presentan imposibilidad de capitalización de la unidad productiva (Caracciolo, M. 1993).

1.3. Los actores sociales involucrados en la experiencia

En este apartado se describirán los actores sociales presentes en el territorio e involucrados en la experiencia en estudio:

1.3.1 El Programa Social Agropecuario (PSA)

El **PSA** es una propuesta de promoción dirigida a los pequeños productores minifundistas de todo el país, tendiente a superar las restricciones financieras, productivas y sociales y lograr, a través de una estrategia organizativa grupal, una inserción social más plena y equitativa de los mismos. Sus acciones comienzan en 1993 y continúan en la actualidad como uno de los programas que ejecuta la Subsecretaría de Agricultura Familiar (Ss.AF) dependiente del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la Nación

(MAGyP). El PSA cuenta con el financiamiento del estado nacional (ley de presupuesto). La información sobre el PSA se encuentra detallada en la página web del Ministerio (MAGYP, 2010). Sus objetivos son:

“Contribuir, mediante la asistencia técnica y financiera y la capacitación, al mejoramiento de las actividades productivos y de los niveles de ingreso de los productores minifundistas

-Generar un espacio de participación que facilite la organización de los productores minifundistas, a los efectos de que puedan asumir su propia representación y desarrollar su capacidad de gestión

-Promover la participación organizada de los pequeños productores en las decisiones de políticas, programas y proyectos a nivel local, provincial y nacional”

El PSA, define a un productor minifundista a través de las siguientes características:

“El productor y su familia realizan trabajos directos dentro de la explotación, estando ubicada dentro de la misma su vivienda permanente.

No existe contratación de trabajo asalariado permanente, admitiéndose los casos de contratación de empleo transitorio en momentos picos de trabajo imposibles de cubrir con la mano de obra familiar

No existen otras fuentes de ingresos, exceptuándose los casos de los extra-prediales provenientes de remuneración por trabajos transitorios o la elaboración artesanal, no superiores al salario del peón rural

El nivel de ingresos provenientes de la explotación no supera el valor mensual de dos salarios correspondientes al peón agropecuario permanente

El nivel de capital (mejoras y capital de explotación) de la unidad productiva no supera el equivalente a un tractor mediano (70-80 HP) semi-amortizado”

El PSA se implementa a través del desarrollo de Emprendimientos Productivos Asociativos (EPAs) tanto para actividades de autoconsumo como para las dirigidas al mercado, basados en cuatro líneas de acción: asistencia financiera, asistencia técnica, capacitación y apoyo a la comercialización. Los EPAs son desarrollados por grupos de 6 o más familias de productores minifundistas quienes presentan proyectos para su financiamiento a las Unidades Técnicas provinciales del PSA. En todos los casos se contempla el asesoramiento técnico al grupo tanto para la formulación del proyecto, como para el acompañamiento durante la ejecución del mismo.

El Proyecto de Desarrollo de Pequeños Productores Agropecuarios (PROINDER) inicia sus acciones en el año 1998 y cuenta con la fuente de financiamiento internacional del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF) y con fondos provenientes del estado nacional (ley de presupuesto). El PROINDER a través del componente AIR (apoyo a iniciativas rurales) financia inversiones de pequeña escala no reembolsables destinadas a subproyectos productivos prediales y a pequeñas obras de infraestructura comunitaria. El PROINDER es implementado empleando las estructuras del PSA. Debido a esto último y a que la población meta muchas veces es coincidente, se suele recurrir a estas dos fuentes de financiamiento PSA (créditos) y PROINDER (no reintegrable) para generar estrategias complementarias. El área de trabajo del PSA en Santa Fe se encuentra potencialmente en toda la provincia, pero ha tenido mayor presencia en el norte de la provincia debido a que los pequeños

productores minifundistas se encuentran localizados en esta zona. Por ese motivo la oficina de coordinación provincial se encuentra en Reconquista

El **apoyo a la comercialización** es una de las áreas de trabajo del PSA cuya finalidad es apoyar iniciativas que vayan superando la vinculación desventajosa que tienen los pequeños productores con los mercados y facilitar el acceso a los canales de comercialización en condiciones más favorables. Para llevar a cabo las acciones del componente se encaran propuestas metodológicas acordes a las circunstancias específicas de los productores que permitan elaborar estrategias de mercadeo funcional, evaluando las potencialidades y limitaciones de cada caso. Entre estas propuestas se encuentra la adopción de innovaciones para incursionar en nuevos canales de comercialización y la conformación de esquemas organizacionales para tal fin.

El PSA Santa Fe ha priorizado desarrollar estrategias de mercadeo local, basadas en el desarrollo de canales donde los productores comercializan en forma periódica sus productos en las cercanías de sus explotaciones. El mercadeo local contribuye al abastecimiento de la población local y/o regional y está caracterizado por integrar circuitos de comercialización cortos, que permiten canalizar la producción de variedades locales y aportar alimentos frescos a la población. En estos canales de comercialización, las producciones no suelen pasar por cámaras frigoríficas al ser recolectados en el día los productos que se venderá durante la jornada. En este marco, la promoción y apoyo a la organización de ferias francas² constituye una de las líneas de trabajo que se comienza a implementar en la provincia desde el año 1998.

La intervención para la creación y consolidación de la Feria Promocional de Avellaneda se ha sustentado en dos enfoques: el Desarrollo Rural con Enfoque Territorial y en la Intervención Comunitaria como propuesta metodológica desde la perspectiva de la Educación Popular.

Respecto al Desarrollo Rural con Enfoque Territorial, según Di Filippo y Mathey (2008: 4) “a nivel mundial, la bibliografía señala que a partir de la década de los 80 y, principalmente, durante los 90 se registra un cambio en el enfoque de desarrollo rural: el paso de una visión sectorial, centrada en los aspectos técnico-productivos y económicos a un enfoque sistémico e integral de lo rural basado en el concepto de territorio”. El desarrollo rural desde este enfoque, es entendido como un proceso de transformación productiva e institucional en un espacio rural determinado (Schejtman y Berdegué, 2004). De esta manera, el supuesto central es que “la espesura y la densidad de las relaciones sociales (...) favorecerían la aparición de oportunidades innovadoras de desarrollo” (Schneider y Peyré Tartaruga, 2006: 72). Partiendo de estos conceptos, se presentarán los ejes y fundamentos básicos del enfoque que se reflejan en esta experiencia y que están explicitados por diferentes autores que abordan teóricamente esta propuesta³:

²Para este trabajo se considera a la **feria franca** como una modalidad de comercialización donde los productores en forma organizada y en un espacio público, venden su producción directamente (sin intermediarios) al consumidor final.

³ Con la finalidad de analizar a experiencia de la Feria de Avellaneda, se han rescatado los principales postulados o ideas fuerza del desarrollo rural con enfoque territorial, presentes en los trabajos de diferentes autores que abordan teóricamente esta propuesta. No obstante cabe aclarar que la discusión sobre el análisis conceptual y metodológico de este enfoque, así como las diferencias entre los diferentes autores exceden el alcance del presente trabajo.

-La noción de territorio que trasciende lo espacial. “El territorio es considerado como un producto social e histórico, lo que le confiere un tejido social único, dotado de una determinada base de recursos naturales, ciertas formas de producción, consumo e intercambio, y una red de instituciones y formas de organización que le dan cohesión al resto de los elementos”(Sepúlveda et al, 2003: 69)

- “La participación organizada de la comunidad construye fortaleza” (Manzanal, M. 2006). Esta autora plantea que la participación permite en el corto y mediano plazo, mejoras a favor de los habitantes locales de menores recursos (de carácter social, económico, ambiental, jurídico y político) y conformar en el largo plazo, una malla de articulaciones económicas, institucionales, políticas y sociales, que apoye y consolide el desarrollo territorial, rural local (expresado a través de mejoras en la calidad de vida de la población respectiva). De aquí surgen los dos ejes que deben ser el foco desde el cual se gestiona la propuesta de desarrollo territorial de las organizaciones locales, promovida y gestionada desde ellas mismas: participación y articulación.

-Los vínculos urbano-rurales que son esenciales para el desarrollo de las actividades agrícolas y no agrícolas al interior del territorio (Schejtman y Berdegué, 2004)

La Intervención comunitaria como propuesta metodológica “[...] hace referencia a procesos intencionales de cambio, mediante mecanismos participativos tendientes al desarrollo de recursos de la población, al desarrollo de organizaciones comunitarias autónomas, a la modificación de las representaciones de su rol en la sociedad y sobre el valor de sus propias acciones para ser activo en la modificación de las condiciones que las marginan y excluyen”, tal como lo expresa Lapalma A (2006) citando a Chinkes, Lapalma, Nissembain, (1995). La participación comunitaria se caracteriza por ser un proceso dinámico en el que una parte de la población va asumiendo parcelas de poder relacionadas con sus intereses y necesidades.

Este enfoque propone una intervención basada en la asociación voluntaria e intencional entre un equipo técnico y la población para llevar adelante un proyecto, a los fines de producir un cambio. El vínculo que se establece entre el equipo técnico y la población es una relación de cooperación, una relación de simetría en la cual en ambas partes (equipo y población) existen saberes que se van a complementar para llevar adelante dicho proyecto. Para la intervención comunitaria se emplea la perspectiva de la Educación Popular. Este enfoque, basado en la teoría dialéctica del conocimiento, articula coherentemente la práctica y la teoría con el objetivo de aportar al desarrollo de la conciencia crítica, a la construcción de poder, a la generación de propuestas desde el campo popular tanto a nivel económico, cultural, organizativo, político y educativo. (Martinic, 2000), (CEDEPO, 2010)

Según Jara (2005:7-8) los criterios y principios que se sustentan en la Concepción Metodológica Dialéctica, subrayan el sentido profundo y estratégico con el que deben ser estructurados los proyectos realizados con enfoque de Educación Popular. Este autor expresa que la Concepción Metodológica Dialéctica:

“[...] concibe a la realidad como una creación de los seres humanos que, con sus pensamientos, sentimientos y acciones, transforman el mundo y construyen la historia otorgándole un sentido... entiende la realidad histórico-social como totalidad, como un todo integrado, en el que las partes no se pueden entender aisladamente, sino en su relación con el conjunto...concibe la realidad en permanente movimiento: una realidad histórica siempre cambiante, debido a la tensión que ejercen incesantemente las contradicciones e interrelaciones de sus elementos...nos aproximamos a la comprensión de los fenómenos sociales, desde el interior de su dinámica, como **sujetos** partícipes en la construcción de la historia, totalmente implicados de forma activa en su proceso transformar la realidad...significa, por ello, transformarnos también a nosotros mismos como personas, con nuestras ideas, sueños, voluntades y pasiones...

...De esta visión surge una comprensión articulada entre práctica y teoría que privilegia, en definitiva, a la práctica, colocando a la teoría en función de ella.” Esto implica, en los procesos educativos, partir siempre de la práctica de los participantes, seguir un proceso de teorización para comprender esa práctica dentro de una visión histórica para volver finalmente de nuevo a la práctica, y gracias a una comprensión integral y más profunda de los procesos y sus contradicciones, orientarla conscientemente en una perspectiva transformadora.

Según Núñez (2002) “el aprehender el aspecto metodológico ya señalado, nos permitirá hablar de la metodología de educación popular, como la articulación coherente de contenidos, los objetivos que se quieren lograr y los aspectos pedagógicos y didácticos requeridos para ello”. Dentro del marco global de la concepción metodológica dialéctica, es que se ubican, en su verdadero sentido, el lugar y funciones de los métodos y las técnicas participativos.

1.3.2. La Municipalidad de Avellaneda

El artículo 106 de la sección séptima de la Constitución de la Provincia de Santa Fe se refiere a los municipios y comunas como “Todo núcleo de población que constituya una comunidad con vida propia gobierna por sí mismo sus intereses locales con arreglo a las disposiciones de la Constitución Provincial y de las leyes que se sancionen. Las poblaciones que tengan más de diez mil habitantes se organizan como municipios por ley que la Legislatura dicte en cada caso, y las que no reúnan tal condición como comunas”. Por contar con una población de 23.000 habitantes, el distrito Avellaneda está organizado como Municipalidad, siendo el intendente su autoridad local. La Municipalidad de Avellaneda cuenta en su organigrama una estructura con 5 secretarías. La Secretaría de Producción es el área que se ha vinculado con la iniciativa de la feria franca siendo el secretario de la producción quien ha representado a la municipalidad en las acciones de articulación con los productores que integran la feria y con el PSA.

Refiriéndose al análisis del municipio, Cáceres et al (2005) expresa que la racionalidad que orienta el accionar del gobierno local es la política, pero que incorpora también una dimensión productiva y participativa. En 1996 se crea dentro de la Secretaría de la Producción de la Municipalidad de Avellaneda, la Junta de Promoción y Orientación Productiva. Esta junta está integrada por esta dependencia municipal y por diversas cooperativas e instituciones de Avellaneda vinculadas a la producción. En la página web de la Municipalidad se explica que “la Junta de Promoción y Orientación Productiva trabaja buscando la capacitación de nuestros empresarios y la manera de que sus proyectos puedan ser

financiados y ejecutados. Además esta entidad busca la forma de promocionar los productos y servicios de la ciudad en pos del desarrollo económico local”

Otras acciones para destacar por parte de la Municipalidad han sido la creación de articulaciones horizontales de pequeñas y medianas empresas, entre las que se destacan el Grupo de Apicultores de Avellaneda y la Asociación de Fabricantes de Muebles y Aberturas (AFAMA). La vinculación entre la Municipalidad y la Feria se inscribe en este tipo de acción, que se concreta en el apoyo institucional y logístico para facilitar su funcionamiento.

1.3.3. Los Pequeños Productores Agropecuarios

Las familias que hoy integran la feria provienen mayoritariamente de grupos vinculados al PSA, que además de reunir las características que distinguen al sector minifundista al cual está dirigido el programa, presentan rasgos particulares, producto de su historia y de la región donde viven. La gran mayoría de los integrantes de la feria antes de la década de los '90 respondían a las características de lo que se conoce como productores familiares capitalizados pero por distintas cuestiones se insertaron en procesos de descapitalización progresiva que amenazan su permanencia como productores agropecuarios, tal como se menciona al describir la población y los aspectos socio-productivos en el punto 1.2. Los siguientes tópicos describen los principales rasgos sociales, culturales y productivos:

- Son propietarios de la tierra o la misma se encuentra en sucesión

- Son descendientes de inmigrantes italianos de la zona del Friuli y su cultura “gringa” está presente en el trabajo y en los vínculos sociales. En el imaginario social de esta región, gringo es sinónimo de laboriosidad. En el 130º aniversario de la fundación de Avellaneda, el intendente decía en su discurso:“venían de muy lejos, tuvieron que superar muchas instancias, inconvenientes y dificultades; y cuando llegaron aquí estas situaciones se fueron profundizando, pero en su permanente contracción al trabajo y su voluntad inquebrantable de seguir adelante encontraron la fuerza para lograr su objetivo”. Cuando caracteriza la región en el plano social, Cáceres et al. (2006) se refiere a la gran capacidad de negociación y búsqueda de consensos sociales y políticos producto de su impronta cultural.

- Presentan sistemas productivos diversificados, combinando una o dos actividades principales (ganadería de cría o pequeñas parcelas agrícolas) con otras secundarias destinadas al autoconsumo y venta de excedentes (huerta, granja, elaboración de alimentos con insumos de producción propia como dulces, lácteos y panificados)

- Para la comercialización de los productos con destino al mercado, algunos de los productores canalizan la comercialización de ciertos productos empleando canales formales (consignatario de hacienda, venta a la cooperativa, venta a comercios locales). También se emplean canales informales (puerta a puerta y venta en chacra a particulares) sobre todo para la venta de las producciones de huerta y granja. Antes de comenzar a apoyar la organización de la feria, el técnico que acompaña a esos grupos había recogido

manifestaciones de los productores vinculadas a la dificultad de colocar este tipo de productos en el mercado.

- Hasta el momento de constituirse la feria, no existía vinculación entre los grupos de Avellaneda. La mayoría no se conocían o solamente existía entre algunos de ellos, relaciones interpersonales como vecinos.

2. LA EXPERIENCIA: CREACIÓN DE LA FERIA DE AVELLANEDA

En esta sección se presenta la experiencia de creación y funcionamiento de la Feria promocional de Avellaneda. Para ello se recupera el proceso de intervención con sus principales hitos y las actividades que van confluyendo para el fortalecimiento de la feria en sus aspectos organizativos, comerciales y organizativos. Se describen las actividades de asistencia técnica, capacitaciones, proyectos comunitarios y proyectos productivos prediales.

2.1. Recuperación del proceso de intervención

El PSA comienza a intervenir en el distrito de Avellaneda en el año 1998 con la formación de 3 grupos: “Avellaneda Este”, “Avellaneda Oeste” y “La Vertiente” con el objetivo de brindar apoyo financiero a través de la formulación de EPAs. Posteriormente se formaron más grupos de productores. El apoyo a las familias del distrito continúa en la actualidad a través de apoyo financiero para la ejecución de proyectos (PSA y PROINDER) y de acciones de capacitación, apoyo a la comercialización, apoyo a la organización, a jóvenes rurales e implementación de tecnologías apropiadas.

Los próximos párrafos, describen cómo se desarrolló la experiencia de la Feria de Avellaneda. Para ello se han identificado los principales hitos que marcan el recorrido del proceso.

- Cómo surge la idea del proyecto

La idea de organizar una feria franca fue generada por la iniciativa del técnico que venía acompañando a los 3 grupos de productores de Avellaneda vinculados al PSA desde el año 2000. En ese entonces, el técnico de terreno (TT) ya contaba con mucha información sobre esas familias como consecuencia de haber elaborado los diagnósticos y haber acompañado a los grupos a través de la asistencia técnica para la ejecución de proyectos productivos. Estas actividades le posibilitaron identificar problemas vinculados al mercadeo y reflexionar sobre algunas alternativas de solución. Entre estas alternativas visualizó que el funcionamiento de una feria franca en la ciudad de Avellaneda ofrecería un canal alternativo para esos productores mejorando su inserción en el mercado local

Es así que el TT presentó la idea a la coordinadora provincial del PSA quien consideró la iniciativa oportuna y la compartió con el equipo técnico de apoyo (ETA) comenzando su tratamiento. Cuando se aborde la implementación del proyecto, se relatará, cómo esta idea se legitima con la población y cómo estos grupos de productores se apropiaron del proyecto.

- Adecuación del Equipo para el trabajo para el escenario de intervención

Una vez tomada la decisión de llevar adelante el proyecto, la coordinadora provincial indicó que el TT de los grupos de Avellaneda y la responsable del área Mercadeo⁴ (integrante del ETA) quedarán afectados a este proyecto integrando un mini-equipo de trabajo. En primer lugar este equipo comienza a desarrollar las **propuestas provisionales** (Lapalma, A. 2008) para la posterior intervención considerando todo lo referente a la temática feria franca, su concepto y antecedentes. Si bien existen en el país y en el mundo muchas clases de ferias como propuestas de comercialización, para este proyecto se adoptó el concepto de feria franca que la define como un **canal de comercialización donde el productor ofrece directamente al consumidor lo que se produce en el campo en un espacio público**. Se consideraron los antecedentes de las ferias de la provincia de Misiones, de Chaco y también las ferias de Fortín Olmos y Reconquista acompañadas por el PSA Santa Fe.

Para abordar el proyecto “Feria Avellaneda” se resolvió emplear la misma metodología de trabajo que el PSA Santa Fe instrumentó para apoyar la organización de otras ferias francas de la provincia. Esta metodología propone dos momentos para la intervención. Un primer momento con actividades de capacitación, donde se abordan los aspectos comerciales a tener en cuenta en una venta directa y se llevan a la práctica a través de la realización de ferias de prueba o experimentales. Si los participantes de la experiencia la evalúan positiva, se avanza hacia un segundo momento de la intervención, trabajando con mayor énfasis los aspectos organizativos a los fines de acompañar la consolidación de la feria como canal de funcionamiento regular.

Con esta metodología se busca alcanzar un objetivo de mínima y uno de máxima. El objetivo de mínima es dejar capacidades instaladas entre los productores. Lograr que una feria funcione y sea sustentable en el tiempo, no siempre es posible. El éxito depende de variados factores. Muchas veces el público no responde, hay problemas de traslado, problemas grupales, etc. Si esto sucede, de todos modos, el productor tuvo la oportunidad de capacitarse en aspectos comerciales y experimentar otra forma de vender. Podrá incorporar herramientas que le sirven para mejorar sus canales habituales, como por ejemplo mejorar la presentación de los productos o calcular los costos de producción, por citar algún ejemplo. El objetivo de máxima en este proceso, es la instalación de la feria como un canal alternativo de comercialización y la gestión autónoma a cargo del grupo de productores (de la Vega, P. 2007)

El paso siguiente fue **delimitar el área de trabajo** e identificar los **actores sociales** presentes en ella. El área de trabajo quedó delimitada fundamentalmente por los límites del distrito de Avellaneda, distinguiendo el área rural a través de las familias de pequeños productores presentes en ella y el área urbana a través de las instituciones y de la comunidad en su conjunto, de gran injerencia en la actividad comercial de la feria. Respecto a los actores sociales, se analizó de vital importancia considerar a la Municipalidad de Avellaneda como una pieza clave para el proyecto feria por lo tanto el PSA presentó ante las autoridades municipales una propuesta de trabajo articulado. La respuesta fue favorable designando a la Secretaría de la Producción para concretar esta articulación. De este modo, el secretario de

⁴ Que es la autora del presente trabajo

la producción junto a otro integrante de esta dependencia se sumaron al proyecto y quedó constituido **un equipo de trabajo** interinstitucional.

Una de las cuestiones a resolver estaba vinculada a las habilitaciones bromatológicas para elaborar y vender alimentos⁵. Tanto las normativas bromatológicas vigentes como las obligaciones impositivas, limitaban en ese entonces la inscripción de los alimentos elaborados por los pequeños productores agropecuarios caracterizados por la pequeña escala y el proceso artesanal. En los canales habituales los productores vendían estos productos sin necesidad de inscripción (venta en chacra, puerta a puerta). Pero con la posibilidad de la feria, esta situación quedaría expuesta públicamente. Para superar esta limitación, el Municipio, crea un paraguas político al autorizar la comercialización de alimentos de bajo riesgo elaborados por los pequeños productores que integraran la feria, siempre y cuando el PSA capacite a los feriantes en Buenas Prácticas de Manufacturas. De este modo se cambia el paradigma de *control* por el de *capacitación, asistencia técnica y auto control de los procesos de producción*. Bajo estos criterios de acción, la municipalidad tomó la decisión de permitir la venta en la feria de panificados, dulces, licores, pikles y quesos, además de los productos “in natura” (huevos, frutas y verduras) fuera del alcance del problema bromatológico. No se iban a permitir la venta de carnes y chacinados, por considerarse de alto riesgo. La Dirección Provincial de Bromatología, sólo intervino durante la etapa inicial de la organización de la feria, pero tiene prácticamente nula incidencia en la etapa de consolidación de la misma.

Esta y otras cuestiones quedaron acordadas dieron lugar al *soporte institucional* creado previamente a la intervención propiamente dicha. De este modo quedó establecido que:

-El PSA, brindaría para llevar adelante el proyecto, el apoyo técnico a los productores en los aspectos productivos, comerciales y organizativos. También financiaría todos los gastos de comercialización para facilitar la participación de los productores durante las primeras ferias de prueba (traslado, etiqueta, material para envases y embalajes de los productos)

-La Municipalidad brindaría el apoyo institucional para la creación de un espacio de comercialización alternativo, el *paraguas político* para respaldar su funcionamiento y para resolver las limitaciones de las normativas bromatológicas. También brindaría el apoyo logístico para la realización de las ferias.

Establecimiento de la relación inicial

⁵ En el año 2002, la Dirección Provincial de Bromatología y Química de la provincia de Santa Fe (dependiente del Ministerio de Salud) era responsable de la habilitación y control de los establecimientos elaboradores de alimentos, de acuerdo a las normas del Código Alimentario Argentino y el Código Bromatológico de Santa Fe. La Dirección de Bromatología actuaba con una racionalidad burocrática, cuyo accionar se basaba en el control de la normas ya mencionadas. A diferencia de otros Municipios y Comunas, la municipalidad no había renovado el convenio con el gobierno provincial y no contaba con personal local afectado a la problemática bromatológica. Las inspecciones y otras acciones vinculadas a lo bromatológico, eran resueltas por personal provincial que intervenía en el distrito.

Para ello el equipo de trabajo realizó una convocatoria a los tres grupos de productores que estaba ejecutando proyectos PSA y organizó reuniones con cada uno de los grupos. Para el establecimiento de la relación inicial, entendida como el momento donde comenzaría el trabajo de cooperación entre el equipo técnico y las familias, se aplicó la concepción del contrato psicológico de trabajo, dando lugar a que se explicitaran las expectativas y los compromisos que asumirían tanto los productores como las instituciones.

En este marco se socializó con las familias productoras cual era la idea proyecto y cómo estaba pensada la metodología para organizar una feria. Tal como se expresara en párrafos anteriores, la estrategia de intervención estaría planteada en dos etapas: la etapa de las capacitaciones y la etapa del establecimiento la feria como canal de comercialización. Se explicó que esta estrategia permitiría a quien en principio no esté seguro de participar en una feria, podría comenzar participando de las capacitaciones, evitando la presión que significa para muchos una actividad nueva y desconocida. Se informó sobre los roles que asumirían tanto el PSA y la Municipalidad en el proyecto. También se amplió la información sobre cómo funcionan las ferias francas proyectando un video sobre las ferias de Misiones. Luego se desarrollaron dinámicas grupales para que pudieran reflexionar sobre la propuesta, intercambiar ideas y expresar dudas y temores. Finalmente se invitó a los participantes a manifestar su decisión final sobre participar o no del mismo y sobre las expectativas que les generaba. Como resultado de estas reuniones, los grupos “Avellaneda Oeste” y “La Vertiente”, manifestaron interés y aceptaron la idea de comenzar a trabajar para organizar una feria. El grupo “Avellaneda Este” manifestó que no le interesaba la propuesta porque no tenían problemas de comercialización.

La reunión siguiente se realizó con el objetivo de establecer las **relaciones de trabajo** y participaron todos los productores interesados (aproximadamente 12 personas) provenientes de los dos grupos antes mencionados. Se trabajó con técnicas de integración para lograr un clima de confianza porque había muchas personas que no se conocían y se destinó la primera parte de la jornada para continuar tratando las dudas y temores que generaba el proyecto. En la segunda parte se abordaron conceptos de mercadeo estratégico aplicado a una feria franca. El tratamiento de los temas fue desarrollado con la participación de los productores para relacionar cada concepto teórico con un ejemplo de su vida cotidiana. Finalmente se llegó a la idea de feria y se relevó que productos podría ofrecer cada participante en una supuesta feria. Quedaron configurados lo que más tarde serían los puestos de venta. Luego se avanzó con el concepto de mezcla de mercadeo empleando la figura de las “cuatro patas de la comercialización”: producto, precio, promoción y plaza, acordando que esos serían los ejes para desarrollar capacidades y resolver los problemas que surgen en la comercialización. Finalmente se establecieron las fechas para desarrollar los talleres de capacitación sobre estas temáticas y el acuerdo sobre el compromiso de participar en los mismos como condición habilitante para poder participar en la futura feria.

La etapa de las capacitaciones

Se trata de una serie de talleres y capacitaciones que se desarrollaron con el fin de abordar herramientas de mercadeo estratégico. En forma paralela al tratamiento conceptual se fueron estableciendo acuerdos de trabajo para dar sostén organizativo al funcionamiento de una feria. Al comienzo de esta etapa se estableció el 20 de julio como una fecha propicia para realizar la primera feria de prueba y se acordó el cronograma para

los talleres en el período intermedio entre esta primera reunión y la primera feria. Los talleres de capacitación se desarrollaron abordando los principales aspectos que hay que tener en cuenta para la comercialización. Como se mencionara antes, cada concepto fue trabajado en dos planos: el conceptual y el organizativo. Por ejemplo, al tratar el tema precio, se analizó como se forman los precios en el mercado, la diferencia entre precio y costo y se calcularon algunos costos de producción. Al finalizar el tratamiento de este tema, se acordaron criterios para establecer la política de precios de la feria. Se consideró que la venta directa, al carecer de intermediación, permitía al productor quedarse con una porción mayor del valor del producto y que esta ventaja la podrían compartir con el consumidor estableciendo precios para las verduras con valores de un 5-10 % menos que los de mercado. Esta reflexión se convirtió en decisión y fue rescatada como acuerdo de trabajo para implementar en la futura. De la misma manera se trabajó al abordar las otras temáticas: los productos (calidad, presentación, variedad, aspectos bromatológicos), la promoción (qué comunicar, los medios) la plaza (la hora más adecuada, el lugar más adecuado, la frecuencia). Se realizaron 4 talleres de capacitación a cargo del PSA y un taller de manipulación higiénica sanitaria de alimentos dictado por personal de la Dirección Provincial de Bromatología y Química de Santa Fe.

Durante la etapa de las capacitaciones, se observó que había rubros que no eran producidos por ninguna de las familias presentes hasta el momento. Con el objetivo de ofrecer en la futura feria una canasta variada de alimentos, se decidió sumar a otras familias de productores con los rubros que faltaban. Para ello la Secretaría de la Producción difundió un aviso radial convocando a los interesados. Producto de esta convocatoria se acercaron varias familias interesadas que se sumaron al proyecto. Al finalizar esta etapa, el grupo quedó integrado por 21 productores con capacidades instaladas sobre las herramientas básicas de mercadeo para aplicar en la feria experimental y con los primeros acuerdos de trabajo para facilitar el funcionamiento de la misma.

Etapa de las Ferias Experimentales

Así como existe la experimentación agronómica, también consideramos desde el PSA la experimentación comercial, entendida como aquella experiencia en la cual se faciliten los medios para minimizar los riesgos y permitir que el productor pruebe una manera de comercializar su producción diferente a la habitual. En esta etapa se desarrollaron 3 ferias experimentales, donde el PSA cubrió algunos gastos (combustible para el traslado, material de embalaje, envases, etiquetas) y la Municipalidad se ocupó de la logística y de la propaganda. También hubo un acompañamiento de estas dos instituciones para la organización, realización y evaluación de las 3 ferias.

El día 20 de julio del 2002 se realizó la primera feria y fue una fiesta. Con 21 puestos de venta, hubo mucha afluencia de público y las ventas fueron satisfactorias. Durante esta etapa, en la misma semana de realizada la feria los productores se volvieron a reunir para realizar la evaluación correspondiente. Para ello se trabajó empleando una consigna simple: cuales fueron los logros, cuáles fueron las dificultades y cómo se pueden solucionar esas dificultades. Para potenciar la participación se usaron técnicas sencillas basadas en la lluvia de ideas a partir de la cual las opiniones se ordenaban en una tabla. En estas reuniones se profundizaron los aspectos organizativos, se agregaron acuerdos de trabajo y se terminaron de *pulir* otros acuerdos que se

habían convenido antes de la experiencia. A continuación transcribe el cuadro sinóptico N° 2 que sintetiza los resultados de la evaluación de la primera feria y que forma parte de la memoria del taller (PSA, 2002)

Cuadro N° 2: Evaluación de la Primera Feria		
Lo bueno, lo positivo	Lo que no salió tan bien, las dificultades	Qué cambiar qué mejorar
El lugar donde se realizó la feria y la carpa	Algunas personas dijeron que los precios de algunos productos eran altos. Algunos productores fueron bajando los precios hacia el final de la feria	Hay que revisar los costos de esos productos Los precios serán los mismos desde el principio hasta el final de la feria
La gente preguntaba cuando volvíamos	Algunos productos tuvieron poca salida, por ejemplo las tortas dulces y la leña.	Llevar menos tortas y mas pan casero que tiene más salida
Los carteles y pasacalles	Algunos productos se terminaron antes que termine la feria (quesos, huevos, mandioca)	Procurar llevar más huevos y buscar algún productor con quesos para invitar a incorporarse a la feria
Todo lo que se aprendimos al ir a la feria	El mal tiempo sembró dudas entre los productores si se suspendía o no la feria y llegaron tarde. Otros directamente no fueron pensando que se suspendía	Es complicado tomar decisión y avisar sobre la feria de la suspensión por lluvia. Así que la feria no se suspende por mal tiempo, el que llega al la feria, arma su puesto y vende
La unión de los productores de la localidad para participar en la feria	No se pudo comenzar en el horario previsto por el mal estado de los caminos por las lluvias No se levantaron todos los puestos a la vez por malentendido entre los feriantes	Se cumplirán los siguientes horarios: 7 hs: estar para armar puestos-8 hs: inicio de atención al público-12 hs en adelante se levantan los puestos y se limpia el lugar
Las ventas superaron las expectativas que traíamos	La presentación de las verduras en mazos demasiado grandes tiene poca salida	Llevar verduras en mazos chicos. Llevar también presentaciones pequeñas para otros productos (panes chicos, pastelitos ½ docena), pensar en clientes solos o con familias con pocos integrantes
Hubo calidad y variedad de la mercadería	Faltó identificar los puestos	Llevar cartelito con nombre del productor y localidad a la cual pertenece
La difusión radial a cargo de la Municipalidad estuvo muy buena	No todos llevaron vestimenta adecuada para vender alimentos	Llevar vestimenta adecuada: guardapolvo o camisas claras y cabeza cubierta con pañuelo o gorro blanco

En la columna que mejorar, qué cambiar, quedaban establecidas cuestiones operativas, pero también iban surgiendo nuevos acuerdos de trabajo. Esos acuerdos de trabajo se convertirían unos meses después en el Reglamento de Funcionamiento la Feria.

La etapa de la organización

Esta etapa llamada de organización, comprende aproximadamente los 3 primeros años de funcionamiento de la feria. Al finalizar el taller de evaluación de la cuarta feria, el grupo tomó dos decisiones importantes: continuar realizando ferias cada 15 días y trasladar la instancia de evaluación al mismo día de realización de la feria. Cerca de las 11 de la mañana, un feriante de cada puesto se reúne con el resto y a modo de asamblea, comparten las principales novedades, hacen un balance de la jornada y toman decisiones sobre cuestiones de la feria.



Esta mecánica simple pero efectiva que ellos llaman “la reunión de evaluación o la rueda de evaluación”, la continuaron llevando a cabo sin excepción todas las ferias hasta el día de la fecha. Los temas y las decisiones que se tratan en la reunión de evaluación quedan registrados en el libro de actas que contiene todas las reuniones y decisiones de la Feria de Avellaneda en sus 8 años de existencia.

Durante este período el PSA y la Municipalidad realizaron un intenso acompañamiento, sobre todo participando en las reuniones de evaluación, aportando opiniones y reflexionando junto a los productores. Otra acción llevada a cabo en conjunto fue la realización de un sondeo de opinión sobre la feria en los diferentes barrios de Avellaneda (196 encuestas- 4% de las familias de Avellaneda) cuyos resultados fueron tenidos en cuenta para implementar cambios y afianzar aciertos del funcionamiento de la feria. La necesidad de este sondeo surgió como consecuencia de los altibajos en ventas y la consecuente *salida* de familias de la feria que caracterizó a esta etapa. También se hicieron reuniones extraordinarias (fuera del día de feria) para terminar de discutir los acuerdos de trabajo que se convertirían finalmente en el Reglamento de Funcionamiento (ver Anexo N° 1).

Estabilización y generalización del cambio

A partir del cuarto año se estabilizó la cantidad de integrantes que forman parte de la feria. Durante esta etapa los técnicos del PSA y la municipalidad sólo participaron en las reuniones de evaluación de cada feria sólo si los feriantes demandaban su intervención ya sea para solucionar algún problema o como apoyo para llevar

adelante alguna iniciativa. Puede afirmarse entonces que la feria comienza a tener un funcionamiento independiente de las instituciones que apoyaron su creación. El rol de las mismas en esta etapa (y en la actualidad) es el siguiente:

- La Municipalidad de Avellaneda, ha conservado hasta la fecha algunos apoyos permanentes como por ejemplo la publicidad a través de partes prensa, los calendarios con las fechas de feria y el espacio dedicado a la feria en el sitio web de la Municipalidad. También reserva un lugar para la feria en las diferentes exposiciones donde se presenta (Exposición Rural de Reconquista, Expo Algodón de Avellaneda)

- El PSA (actualmente como Subsecretaría de Agricultura Familiar) interviene en situaciones de conflicto y en la búsqueda de estrategias de mejoramiento de la feria sobre aspectos organizativos, comerciales y productivos. También ha financiado un proyecto asociativo para el equipamiento de la feria (fondos de Ss. de AF Nación)

El apoyo a la producción

En forma paralela a este proceso comercial-organizativo iniciado en el año 2002, el PSA promovió actividades para fortalecer el eje productivo. Durante este período se realizaron talleres de capacitación para diversificar la oferta, mejorar la calidad y diferenciar la producción. También fueron financiados diversos proyectos de inversión productivos prediales, los cuales fueron ejecutados por las familias con el acompañamiento del Técnico de Terreno. A medida que los productores participaban en la feria y tomaban contacto con los consumidores, fueron relevando la necesidad de producir cambios en la oferta ya sea por aumento de la cantidad, estacionalidad o introducción de un nuevo producto o proceso. Estos proyectos contribuyeron a dar respuesta a la necesidad de cambios en el sistema productivo que se tradujeron en el mejoramiento del equipamiento para riego, instalación de umbráculos e invernáculos, mejoramiento de las condiciones edilicias y de equipamiento para la agroindustria (quesos, dulces y panificados) y diversas inversiones para aumentar y/o diversificar la producción. Los feriantes recibieron apoyo financiero y asistencia técnica para llevar a cabo estos proyectos como parte integrante de grupos PSA (conservando la identidad grupal original, vinculados a vecinos de su paraje rural, no necesariamente feriantes) y también como grupo organizado de feriantes. Los cuadros sinópticos N° 3 y 4 brindan detalles de las actividades de capacitación, asistencia técnica y apoyo financiero mencionados en este párrafo.

Cuadro N° 3: Talleres de Capacitación destinados a mejorar calidad y diversificar la oferta de productos

Nombre de la Capacitación	Mes y año de realización- Responsable de la capacitación	Destinatarios
”Producción de verduras y hortalizas orgánicas” Talleres quincenales en campo de productores.	Entre agosto y diciembre de 2002 PSA	Integrantes de la feria dedicados a la producción de verduras y hortalizas
“Elaboración de conservas”	23 de abril de 2003 PSA	Todas las familias integrantes de la feria
Costos de Producción de Alimentos elaborados (Dulces y panificados)	2 de mayo de 2004	Integrantes de la feria dedicados a la producción de dulces y panificados

“Desarrollo Territorial Rural en el Norte de Santa Fe: el caso de la Feria Promocional de Avellaneda”

Mejoramiento de calidad de panificados y conservas	Septiembre de 2006	Feriantes dedicados a panificados y conservas de las ferias de Reconquista, Avellaneda y Villa Ocampo		
Cuadro N° 4: Proyectos prediales destinados a fortalecer la producción				
Nombre y tipo de proyecto	Año de aprobación del proyecto	Destinatarios	Destino del proyecto	Fuente de Financiamiento
La Vertiente Fortalecimiento del Autoconsumo	2001	Grupo La Vertiente de Avellaneda	Fortalecimiento de huerta y granja	PSA
La Vertiente Fortalecimiento del Autoconsumo	2002	Grupo La Vertiente de Avellaneda	Fortalecimiento de huerta y granja	PROINDER
La Vertiente Productivo Predial	2005	Grupo La Vertiente de Avellaneda	Fortalecimiento de de huerta y granja	PROINDER
Avellaneda Oeste EPAS tradicional	2003 (1° proyecto) 2006 (2° proyecto) 2008 (3° proyecto)	Grupo Avellaneda Oeste de Avellaneda	Fortalecimiento de huerta, granja y ganadería de cría vacuna	PSA
El Desafío Epa Tradicional	1999 2000 (ampliación)	Grupo El Desafío de Malabrigo	Fortalecimiento de granja, tambo y agroindustria (elaboración de quesos)	PSA
El Nuevo Desafío Productivo Predial	2003 (1° etapa) 2005 (2° etapa)	Grupo El Nuevo Desafío de Malabrigo	Fortalecimiento de granja, tambo y agroindustria (elaboración de quesos)	PROINDER
San José Obrero Autoconsumo	2004	Grupo San José Obrero de San Ana, Avellaneda	Fortalecimiento de huerta y granja	PROINDER
San José Obrero Productivo Predial	2005	Grupo San José Obrero de San Ana, Avellaneda	Fortalecimiento de huerta y granja	PROINDER
Proyecto de riego Interferia Reconquista-Avellaneda	2009	Integrantes de las ferias de Reconquista y Avellaneda	Mejoramiento de las instalaciones de riego y abastecimiento de agua para producción animal	Subsecretaría de Agricultura Familiar-Nación ⁶

La participación en la feria y las diferentes intervenciones que se realizaron que forman parte de este proceso, han impactado en los sistemas productivos de las familias que la integran. En el Anexo II se presenta un documento donde se describen estos cambios.

⁶ Los proyectos “Mejoramiento del Riego inter-feria Reconquista-Avellaneda” y “Equipamiento de la Feria Avellaneda” fueron financiados a través de fondos no reintegrables (subsidios) que manejó en forma directa la Secretaría de Desarrollo Rural y Agricultura Familiar en el año 2009 durante los primeros meses de su creación.

Financiamiento para equipamiento de la Feria

Durante el año 2009, se formula y aprueba un proyecto comunitario con la finalidad de financiar el equipamiento de la feria. Con este proyecto se adquieren tablonces, sillas, manteles y una carpa de exposición que los feriantes emplean cuando son invitados a eventos y exposiciones.⁷

Situación actual de la feria

En julio del 2010, la feria cumplió 8 años de funcionamiento ininterrumpido. Actualmente está integrada por 13 familias de las cuales 12, pertenecen al grupo original. Luego de los 3 primeros años (período en el cual sufrieron altibajos en las ventas) estabilizó su funcionamiento y afianzó su organización constituyendo un canal alternativo de comercialización. Atienden a una clientela estable, integrada por pobladores de Avellaneda y Reconquista. Su oferta de productos está integrada por alimentos sanos y frescos: verduras y hortalizas, panificados, quesos, ricota, dulce de leche, mermeladas y conservas de frutas y hortalizas, miel, polen, flores y plantas ornamentales

Los feriantes de Avellaneda, son reconocidos por otras instituciones locales como un grupo organizado independiente. Además del funcionamiento quincenal de la feria, son invitados a participar en fiestas regionales y en eventos organizados por el PSA, Municipalidad o el gobierno provincial. También forman parte del Proyecto de Microcrédito de la Mesa de Organizaciones del Foro de la Agricultura Familiar.

2.2. Análisis de la intervención del PSA

Para el análisis de la intervención del PSA en la experiencia de organización y funcionamiento de la Feria de Avellaneda se ha entrevistado a la ex coordinadora del PSA Santa Fe, al Técnico de terreno de los grupos PSA-PROINDER y a miembros del ETA.

2.2.1. Resultados de la intervención

La intervención a través de capacitación y experimentación

Una de los principales logros de la intervención del PSA radica en el proceso de capacitación en que se sustentó la creación de la feria. Marta Stahringer, ex coordinadora del PSA, expresa que “ha sido muy importante iniciar el proceso de la feria como una experiencia de capacitación y experimentación, al permitir que la gente pudiera ver donde estaban sus fortalezas y salir a vender en consecuencia. Esta etapa de capacitación y prueba también permitió que los productores descubrieran que podían funcionar individualmente afrontando un puesto de venta y también como grupo, con reglas claras que ellos mismos establecieron”. Ante la posibilidad de un cambio en la manera de producir y de vender siempre surgen temores lógicos por parte de los productores que impiden o dificultan las transformaciones y los cambios. Con este modo de intervención, el estado (a través del PSA) sostuvo el proceso inicial de la feria asumiendo una cuota de riesgo ante el cambio”

⁷ (idem 4)

El apoyo a la organización a través de la asistencia técnica durante los primeros años de funcionamiento de la feria fue muy importante para la consolidación de la misma. La asistencia técnica a la feria continuó con los ejes de trabajo de la primera etapa, articulando los aspectos organizativos con aspectos comerciales. “La sostenibilidad en el tiempo de esta iniciativa es producto del fortalecimiento de la organización del grupo de feriantes, que comenzaron esta experiencia sin conocerse en algunos casos o con relación de vecinos o compañeros de grupos PSA en otros y actualmente constituyen la organización de productores que conduce la feria”, expresan los miembros del ETA.

Los procesos de acción-reflexión: dar pasos en base a la propia experiencia

Para la consolidación de esta pequeña organización han contribuido tanto la gradualidad de las acciones de intervención (comenzando por capacitaciones, ferias experimentales e instalación como feria permanente) como los procesos de acción-reflexión (realizar ferias y evaluarlas). Esta estrategia permitió la construcción de los primeros acuerdos de trabajo entre los productores que fueron ampliando y profundizando con la experiencia hasta lograr la redacción del reglamento definitivo, que es uno de los soportes organizativos de la feria.

El enfoque territorial

La articulación del PSA con la Secretaría de la Producción de la Municipalidad de Avellaneda, reconociendo esta institución como el actor central del estado local. La Municipalidad asume la decisión política de promocionar este espacio de comercialización para los pequeños productores agropecuarios y brinda su aval institucional (de allí el nombre de Feria Promocional de Avellaneda) allanando algunos *baches* en el marco legal impositivo y bromatológico.

El apoyo a la producción

El abordaje conjunto de los aspectos organizativos, comerciales y productivos dio lugar al acompañamiento en los tres ejes necesarios para el desarrollo de esta iniciativa comercial y asociativa. El contacto directo con el consumidor indujo a la mayoría de los feriantes a producir cambios en la oferta de los productos y por lo tanto modificaciones en los sistemas productivos. Según el TT de los grupos del PSA-PROINDER donde participan los feriantes “la experiencia comercial de la feria, ha *traccionado* sobre los procesos de producción debido a la necesidad de adecuar la oferta a la demanda. Así se han financiado proyectos para aumentar la producción, modificar la estacionalidad de la oferta, diversificar producción y mejorar la calidad de los productos”. Cabe aclarar que las familias que originariamente no se encontraban vinculadas al PSA, se terminaron incorporando a los grupos existentes y comenzaron también a recibir asistencia técnica y financiera en terreno. A través de estos proyectos se han mejorado los sistemas de riego, instalado umbráculos e invernáculos, acondicionado salas de elaboración de alimentos (quesos, dulces y panificados), por citar algunos ejemplos



Flia. Zupel
AvellanedaUmbráculo



Flia. Kaufman
Malabrigo-Moledora



Flia. Debárbora
Avellaneda- Riesgo



Flia Deán Avellaneda
Equip. Panificación

La valoración de la profesión y la autoestima

La continuidad del accionar de la feria no se explica solamente por los resultados comerciales satisfactorios para sus integrantes. Los feriantes pudieron constatar que la gente de la ciudad valora sus productos y en consecuencia valora también su *profesión* y la de su familia. Se emplea aquí la palabra profesión en un sentido amplio refiriéndose a aquella actividad especializada del trabajo dentro de la sociedad. “La contribución de la feria a mejorar la autoestima de los productores y sus familias es otro logro importante de la intervención”, opina la ex coordinadora provincial del PSA. “La comunidad pudo valorar a los feriantes como productores de alimentos sanos y frescos y el ámbito de la feria se transformó en un espacio de encuentro entre el campo y la ciudad”.

2.2.2. Obstáculos y Dificultades de la Intervención

Los controles de calidad

Los técnicos del actual Equipo Técnico Territorial Obligado Norte, expresan que el control de calidad de los productos de la feria es un tema sin resolver. En los inicios de la feria, la técnica responsable del área mercadeo (integrante del ETA), quien además acompañó el proceso organizativo. Ella realizaba una recorrida por los puestos observando la calidad de los productos, fundamentalmente en aspectos de presentación (frescura, selección y acondicionamiento en verduras, envases y rótulos en panificados, dulces y lácteos). El resultado de la recorrida era comentado en la rueda de evaluación al finalizar la feria. Cuando la feria se estabilizó y los técnicos dejan de participar en todas las ferias, estas tareas de control de calidad se suspenden. En la actualidad se presentan problemas de calidad que llegan a oídos de los técnicos del PSA o de los feriantes, pero no existe entre las reglas de la feria ningún procedimiento que permita identificar estos problemas sistemáticamente ni tampoco abordarlos para su corrección. Lo mismo sucede con la corroboración sobre el origen de la producción (si es producción propia) y sobre algunos aspectos de calidad como el cumplimiento de pautas de producción agroecológica que es la estrategia de diferenciación de los productos de la feria. En los inicios de la feria, el Técnico de Terreno, al desarrollar la asistencia técnica predial desarrollaba un rol más educativo que de control, pero a través de esta actividad se contaba con información sobre lo que pasaba en terreno con la producción de los feriantes. Actualmente, no existe un nexo sistemático entre lo que ocurre con la producción de los

feriantes y la feria. Tanto el cumplimiento de pautas de calidad como el origen de los productos quedaron supeditados a la relación confianza entre los feriantes. Sin embargo, puede constituirse en una fuente de conflicto difícil de resolver al no estar previsto mecanismos para su prevención y resolución.

El apoyo para un número limitado de familias

Cuando la feria comenzó contaba con 21 puestos. Durante el período de organización algunas familias se retiran por diferentes causas: por que vendían poco, por desacuerdos con el resto de los feriantes o por limitaciones en la organización del trabajo familiar. Durante este período se concretó una sola nueva incorporación y actualmente la feria quedó integrada por 13 familias. La decisión de incorporar nuevos puestos está en manos de los feriantes que en situación de asamblea (durante la rueda de evaluación) leen las cartas que llegan de productores con solicitud de incorporación. Ante la pregunta sobre la posibilidad de agrandar la feria algunos productores responden que ningún aspirante ha reunido los requisitos que se necesitan para entrar en la feria (traer un rubro diferente). Otros dicen “así estamos bien, ya nos conocemos” y otros creen que si entran más cantidad de feriantes se van a quedar sin vender los productos.

Sobre este punto los técnicos del ETA presentan una opinión controvertida. Algunos creen que hay que respetar las decisiones del colectivo de trabajo que se formó aunque la decisión sea la de “cerrar” la feria y otros creen que habría que haber previsto que el apoyo y esfuerzo institucional pueda ser alcanzado por un mayor número de familias.

Las limitaciones del programa

Los limitantes u obstáculos que identifica la ex coordinadora del PSA Santa Fe radican en limitaciones propias del programa. “Si bien se financiaron algunos proyectos que fueron mejorando la producción, no haber contado con mayor presupuesto para financiar proyectos de infraestructura productiva limitó el acompañamiento frente a los cambios que iba exigiendo la feria”.

Las limitaciones estructurales

Otros limitantes para destacar, son en realidad propias del contexto y no de la intervención, no obstante resulta imprescindible mencionar para analizar el proceso integralmente la experiencia. Entre ellas se encuentra la falta de servicios de transporte público que una los parajes rurales con Avellaneda. La mayor parte de los feriantes no cuenta con vehículo propio y algunos de los que tienen transporte ya no están en condiciones de usarlo. Esta situación se ha solucionado en parte ya que los días de feria la Municipalidad traslada con un vehículo propio a las familias con mayores dificultades. Por otro lado la red de caminos en nuestro país está diseñada para el transporte de los commodities y no para el abastecimiento de alimentos desde las áreas rurales hacia los pueblos y ciudades. En otras palabras, la infraestructura vial existente se encuentra al servicio de otro sector que no es el de los pequeños productores de alimentos con destino al mercado local.

Otra limitación radica en la ausencia de un marco legal en los aspectos bromatológicos que contemple la idiosincrasia del pequeño productor agropecuario. La Agencia Santafesina de Seguridad Alimentaria

(ASSAL⁸) avanzó en el desarrollo de propuestas para formalizar actividades de elaboración de dulces y conservas de frutas y la elaboración de quesos en pequeña escala. Los Municipios y Comunas actualmente están en proceso de creación de las ASSAl locales que pueden promover el registro local de los establecimientos en pequeña escala. Muchas familias agricultoras fueron gradualmente acondicionando salas de elaboración en sus predios para llevar a cabo estas producciones. Y actualmente podrían registrar sus establecimientos y sus productos permitiéndole aprovechar otras oportunidades comerciales diferentes a la feria. Pero aún existe una gran deuda con respecto a la faena de carnes. No existe una normativa que contemple la faena de animales de granja y ganado menor en pequeña escala en instalaciones prediales. El engorde de pollos con terminación de maíz o la elaboración de chacinados caseros son dos productos que la clientela no deja de pedir en la feria porque que se encuentran arraigados culturalmente entre las familias rurales de Avellaneda. La faena de pequeñas tandas de pollos (entre 10 y 50 pollos por semana por mencionar una cifra) o la elaboración de los chorizos de una carneada, sólo es posible incorporarla a la economía formal si se pudiera avanzar en la habilitación de pequeñas salas de faena a nivel familiar. La propuesta actual de la ASSAL para este problema son los frigoríficos en pequeña escala. No obstante es una solución que requiere de un gran esfuerzo organizativo por parte de los productores y de un gran esfuerzo de traslado que no siempre se justifica cuando las cantidades son pequeñas. “Hacer un poco de todo es la estrategia de muchas familias rurales que sabiamente distribuyeron los riesgos productivos y complementaron el uso de los recursos. La diversificación es su especialidad”, opina la ex coordinadora del PSA. Y esta realidad no está contemplada ni en las normativas bromatológicas ni en las impositivas previsionales, que responden a una lógica de producción industrial especializada y de gran escala productiva.

2.2.3. Principales aprendizajes desde la intervención

El objetivo del proyecto, que fue el establecimiento de un canal alternativo de comercialización para los pequeños productores agropecuarios, se ha cumplido. No obstante de la revisión y análisis del proceso de intervención surgen aciertos, errores y preguntas. Estas lecciones aprendidas se rescatan en esta sección con el objetivo de aprender de la experiencia para nuevas intervenciones.

Uno de los principales aciertos, fue la definición de basar la intervención en procesos educativos y de capacitación. “Cuando se dan oportunidades para que la gente se capacite y adquiera nuevas capacidades, la responsabilidad sobre los cambios y sobre los resultados es compartida” expresa Marta Stahringer. Coincidentemente con esta apreciación, en el trabajo Análisis de Factibilidades e Identificación de Factores que contribuyen al Éxito o Fracaso de proyectos, Tapella (2007: 6) señala como factor de éxito el desarrollo de actividades asistencia técnica, formación y capacitación a los beneficiarios de proyectos y

⁸ La Agencia Santafesina de Seguridad Alimentaria (ASSAL) creada en el 2007, es un organismo descentralizado -que funciona en el ámbito del Ministerio de Salud y reemplaza a la Dirección General de Bromatología y Química-. Se ocupa de garantizar el Derecho de disponer de alimentos seguros, nutritivos y culturalmente aceptables, necesarios para llevar una vida sana y activa a todas las personas que habitan el territorio de la provincia de Santa Fe.... Se ocupa, además, de la inocuidad de los alimentos destinados al consumo humano, incluyendo la nutrición y la identidad de los mismos, los aspectos de sanidad animal y sanidad vegetal que incidan directa o indirectamente en la seguridad alimentaria y cualquier otra función que se le asigne a la luz de los avances científicos y las nuevas demandas sociales. <https://www.assal.gov.ar/assa/web/index.html>

expresa que “Estos servicios deben ser esencialmente actividades de tipo participativo. Deben ser entendidos como una acción educativa y su principal propósito debe ser que los beneficiarios y su familia aprendan y se apropien de nuevos conocimientos (tecnología) y experiencias.”

La gradualidad de las acciones fue otro acierto al permitir que los productores se animaran a participar de una propuesta nueva. “Se invitaba a los productores para capacitarse en comercialización y no para organizar una feria. Los productores no se sintieron presionados a tomar una decisión sobre la cual aún no tenían experiencia. La experiencia la transitaron respaldados por el PSA y la Municipalidad y la vivieron como si participaran en otra de las tantas instancias de capacitación organizadas por el PSA. Esta gradualidad que planteaba comenzar con talleres de capacitación y luego realizar las ferias de prueba para poner en práctica lo aprendido, permitió a los productores experimentar dos o tres ferias antes de tomar la decisión de innovar en la comercialización de sus productos vendiendo en una feria...”.

“...Las vivencias de los talleres y las ferias de prueba o experimentales también contribuyeron a que los productores se conocieran y vincularan. Estas experiencias previas aportaron a cada participante elementos para que decidieran si querían o no integrarse con los otros en un grupo organizado para llevar adelante la feria”

Otros aprendizajes rescatados por los integrantes del ETA son los siguientes:

El enfoque de educación popular para toda la intervención del PSA en esta experiencia, basados en procesos de acción-reflexión, posibilitaron la apropiación del aprendizaje y la producción de cambios.

El abordaje de los tres ejes en conjunto: los aspectos comerciales, productivos y organizativos permitió la solución de un problema concreto como era la necesidad de un canal de comercialización alternativo y a su vez posibilitó que la feria sea gestionado por los mismos productores a través de la organización de feriantes que se fue generando durante el proceso.

La complementación de estos procesos comerciales y organizativos con proyectos de inversión predial ha permitido acompañar en alguna medida, los cambios en la producción requeridos por la feria. No obstante se han producido desfasajes, producto del financiamiento limitado PROINDER-PSA, para dar una respuesta más oportuna en tiempo y cantidad de recursos.

El enfoque socio-territorial integrador de espacios, actores y políticas públicas de intervención. Se rescata como acierto la articulación del PSA con la Secretaría de la Producción de la Municipalidad de Avellaneda, reconociendo esta institución como el actor central del estado local. Durante las etapas de creación de la feria, se ha fortalecido a través de la participación, lo terminaría siendo una organización de productores la cual gestiona su propia feria. Los feriantes de Avellaneda en la actualidad, articulan como un actor más del espacio local, tanto con la Municipalidad como con la Ss. AF en temas vinculados al funcionamiento de su feria.

Como cuestionamiento aparece la falta de previsión durante la intervención, respecto a dos temas. Uno está referido a la ausencia de mecanismos de control de calidad de los productos. Esta cuestión no ha quedado ni en manos de los feriantes, ni en manos de algún estamento del estado. La diferenciación de

calidad de los productos, es una de las estrategias comerciales de la feria. Verduras frescas y sin residuos de agroquímicos, elaboraciones caseras para conservas y panificados, son las características en las cuales se basa la feria para diferenciarse de otras opciones (supermercados y comercios en general). “A veces, nos encontramos con gente que se queja por un panificado viejo o un dulce con hongos en la tapa. Es una pena, porque un solo producto sin la calidad adecuada perjudica a toda la feria en su conjunto”, expresa Diego Massat, integrante del ETA.

Otra preocupación, se refiere a la tendencia que tuvo la feria de *cerrarse* y no crecer. Una vez que se consolidó la organización de feriantes, se estableció un colectivo de trabajo en el cual se sienten muy cómodos y sin necesidad de integrar a más productores. Desde el punto de vista de los feriantes y atendiendo a la autonomía organizativa que se promovió desde el PSA, este sería un criterio lícito por parte de los feriantes. Pero, atendiendo al gran esfuerzo institucional que requiere la organización de una feria, aparece como una duda si es equitativo que ese beneficio lo perciban un grupo acotado de familias rurales.

3. LA FERIA DESDE LA MIRADA DE LOS ACTORES LOCALES

En la tercera sección se explora la experiencia de la feria desde la mirada de los feriantes, la municipalidad de Avellaneda y los consumidores de la feria. Se identifican logros, dificultades y limitaciones de la Feria de Avellaneda para cada uno de estos actores locales

3.1. La mirada de la feria desde los productores

Para este punto se entrevistó a cada uno de los feriantes (ver Anexo N° 2) y también se realizó un taller grupal con la presencia de todos los integrantes de la feria. En dicho taller se hizo la devolución de los resultados de los relevamientos familiares y se implementaron dinámicas grupales para reflexionar sobre la experiencia.

3.1.1. Antes de la feria

Según Armando S., integrante de la feria y primer presidente de la Comisión Directiva: “Antes muchos de nosotros cultivábamos algodón. Después la cosa se empezó a complicar por malos precios, problemas del clima, suelos agotados, mucha contaminación y sobre todo cambiaron las leyes sociales y es muy difícil y caro tener empleados. Por eso dejamos de hacer agricultura y nos dedicamos más a la cría de terneros y a los animales de granja: pollos y gallinas y la huerta para el consumo y venta de excedentes. Cuando se organiza la feria nos La feria es un lugar seguro para vender algunos de estos productos. Yo vendo huevos y verduras, porque pollos no se puede”.

En el caso de Nelly D., la producción con destino a la feria constituye una actividad más del sistema productivo familiar. Los hombres de la casa se dedican a la cría vacuna, producen pequeñas parcelas agrícolas y realizan el servicio de enfardar forraje a terceros. Las mujeres de la casa están dedicadas a la producción de huerta y granja con destino a la feria. “Toda la vida nos hemos dedicado a producir para el consumo de la casa: verduras, huevos, dulces, panificados y siempre vendimos de alguna manera lo que sobra. Así que cuando apareció la feria hubo que mejorar eso que veníamos haciendo, pero la base de la

producción ya la teníamos”, expresa Nelly que, junto a su nuera, atiende un puesto muy surtido de la feria con aproximadamente 15 tipos de productos por feria (variedades de verduras y hortalizas, huevos, dulces, ramitos de flores y plantines ornamentales).

“Antes de la feria vendíamos leche a Milkaut y los precios de la leche estaban muy bajos y quedaba poca ganancia” dice Raquel B., que también trabaja en familia. Su esposo, hace el tambo y cuida el rodeo vacuno y Raquel elabora los derivados. “Mi primera experiencia de feria fue en Reconquista en el año 1999. En esa oportunidad ya habíamos iniciado la elaboración de quesos pero en pequeña cantidad, sólo 50 litros de leche por día y el resto vendía a la usina. Con la feria, fui mejorando los quesos, veía que mi producto tenía aceptación y despacito fui aumentando la producción hasta transformar toda la producción de leche en queso. El tema de la calidad lo trabajamos mucho con María Silvia, la técnica que maneja el tema quesos en el PSA. En el 2002 entré en la feria de Avellaneda y continué ese camino de mejorar la calidad y aumentar la producción. Ahora elaboro 250 litros por día, tengo una salita de elaboración y hago varios tipos de quesos. Muchos de los clientes que tengo ya sea comercios o gente que llega a mi casa en el campo, me conocieron en la feria. La feria fue la mejor vidriera para mis productos ”

3.1.2 La reconstrucción de la experiencia

En el taller fueron reconstruyendo los inicios entre todos los presentes. “Vino Stechina (TT) y nos propuso ir a unas reuniones para organizar una feria. Ahí la conocimos a Patricia (Referente Mercadeo PSA) y también estaba Dionisio (entonces Secretario de la Producción de la Municipalidad). No sabíamos de qué se trataba. Fuimos aprendiendo cosas y hablando de comercialización hasta que hicimos la primera feria...”

“...primero nos reunimos con los que éramos de los grupos del PSA. Después, como vimos que faltaban productos la invitamos a Clelia y a Lidia. Después la Municipalidad puso un aviso en la radio y apareció Elsa, Nelcy, Karina. Después hicimos las primeras ferias en el centro y más tarde nos mudamos al Centro de Jubilados y Pensionados. Recién ahí se integraron Raquel y los Kaufman que venían de la Feria de Reconquista que se había disuelto...”

“... nunca pensamos que iba a resultar esto. Antes no nos conocíamos y ahora somos como una familia.”

“Desde el comienzo nos apoyó el PSA, con Patricia en la feria y Ricardo en el campo. También la Municipalidad estuvo siempre ayudándonos e invitándonos a todas las fiestas y exposiciones. Primero venía Dionisio y ahora viene Hugo (actual Secretario de la Producción). Nos hacen los almanques todos los años y nos hacen propaganda por radio...”

“...ahora nos manejamos solos, pero es bueno saber que si los necesitamos a Patricia o a Hugo ellos van a estar”, dice Elia Merlo.

3.1.3. Principales logros

Los productores identifican como uno de los principales logros los ingresos que generan a partir de la feria y el aporte de la misma a la economía del hogar.

“La feria nos permite tener una entrada más para la familia. Además, cuando nos fallan las otras producciones, nos respalda la plata segura que entra de la feria. En el campo hay que hacer varias cosas. Este año falló la soja y nos salvó la verdurita”, expresa Nelly

“La feria nos da una entrada fija y segura que ayuda a la economía de la casa, aunque no se puede vivir de la feria”, comentan Hilda y Emilio

Como estrategia comercial se logran mejores precios al apropiarse de una porción mayor del valor generado y negociar directamente con el consumidor que valora la calidad de los productos.

“Es mas negocio vender verdura en la feria que en los mercados” Dicen Hilda y Emilio.

“Los comercios en el verano, tratan de bajarnos el precio de los quesos porque manejan información que hay mucha oferta de leche y que la industria baja los precios. En la feria los precios son más estables por que el cliente paga por la calidad” comenta Raquel.

Por otra parte, los productores reconocen en la feria un canal más flexible que otros canales de comercialización.

“Si bien hay que comprometerse a producir y llevar ciertos productos que los clientes esperan encontrar en cada puesto, también se puede llevar lo que uno va teniendo, sin que se necesite grandes cantidades. Nuestro fuerte son las verduras de hoja, pero si tenemos granadas o higos los llevamos y también lo vendemos. Esto en un comercio no lo podríamos hacer” explica Nelly D.

Otro aspecto positivo que rescatan de la feria es la posibilidad de dar a conocer sus productos y captar clientes por fuera de la feria.

“La feria es una vidriera para nuestros productos. Al comienzo vendía casi todos los quesos en la feria y gracias a la feria me conocieron, la información va de boca en boca y se hace una cadena. Ahora aproximadamente el 50% de los clientes van a mi casa, el 30 % lo vendo en los comercios porque me pude inscribir y el 20 % lo vendo en la feria” comenta Raquel.

“Una vez fueron a visitar la feria gente de una Cooperativa Solidaria de Rosario, hicimos contacto y ahora le mandamos dulce de leche. También conocimos en la feria clientes de la zona que nos encargan productos entre ferias” dice Lidia Zampar, actual presidenta de la comisión directiva de la feria

Otro de los logros de la feria se visualiza en las modificaciones del sistema productivo de los feriantes. La producción ha aumentado y se ha diversificado como consecuencia de contar con un lugar seguro de venta y de tener la posibilidad de relacionarse con los consumidores quienes van orientando qué y cuanto producir (ver Anexo 2)

“Empecé con la feria para vender lo que me sobraba. Pero ahora vendo más porque produzco para vender” dice Lidia M.

“Empecé vendiendo pan casero, pan dulce y algo de batata y zapallo. Ahora produzco para la feria variedad de verduras (lechuga, achicoria, coliflor, repollo, acelga). Antes producía huevos para el autoconsumo. Ahora produzco más para traer a la feria” comenta Catalina.

La necesidad de modificar el sistema productivo para atender la demanda de la feria, en algunas ocasiones se pudo articular con proyectos productivos PSA, PROINDER o proyectos con fondos propios de la Subsecretaría. Así lo ratifica Catalina Casco quien continúa comentando su experiencia

“Con los proyectos de agua que tuvimos por ser feriantes, pusimos una bomba sumergible, mejoramos el riego y agrandamos la huerta. Ahora da gusto trabajar. Además como las verduras quedaron al lado del camino, la gente que pasa, para y nos compra también en la chacra”

Todos los feriantes rescatan a la organización que se han dado como un gran logro.

“Estamos organizados. La reunión de evaluación que hacemos después de cada feria nos sirve para ponernos al día y compartir las cosas buenas y malas que pasan en la feria y también las invitaciones y las novedades. Todos tenemos la oportunidad de expresarnos. Todo queda registrado en el libro de actas que lo hacemos religiosamente desde que comenzó la feria. Allí está toda la vida de la feria” testifica Raquel.

Además valoran la confianza, responsabilidad y respeto que se generó entre sus integrantes.

“Nos distribuimos las tareas para poder funcionar. La mayoría traíamos la experiencia de los grupos del PSA.” dice Raquel

“Si son cosas de la feria, la decisión la tomamos solos. Cuando son cosas importantes nos gusta pedirle opinión a Patricia (PSA) y a Hugo (Municipalidad), dice Lidia Z

“Somos todos buenos compañeros, hay confianza y se dicen las cosas que hay que decir” comenta Hilda

La mujer ganó un lugar protagónico en la feria ya que en muchos casos, las mujeres de la familia son las que se encuentran al frente del puesto de venta y a las actividades productivas orientadas a la feria. Esta situación a veces, representa una estrategia para el manejo del dinero que les brinda libertades y las hace sentir bien. “Vos tenés tu plata para manejarte y darte gustos. Tenés tus recursos y hacés lo que querés...” expresa Nelly.

Para algunas personas, la participación en la feria indujo a un nuevo rol dentro del sistema productivo familiar mejorando la autoestima y generando bienestar.

“No sólo plata hace falta en la vida. Producir para la feria, ir a la feria me hace sentir bien, me permite mantenerme en actividad, sentirme útil. A mi la feria me da vida...” expresa Nelly, que es la primera generación de las tres que actualmente integran su chacra.

“Gracias a la feria pude seguir viviendo en el campo y continuar haciendo lo que más me gusta, que es elaborar panificados. Un día de feria te cambia la vida” comenta Clelia.

Un aspecto que rescatan todos los feriantes es el relacionamiento que les permite la feria.

“En la feria tenés la parte social con el cliente, los intercambios, conocés gente...” dice Raquel

“Estás en contacto con los clientes, con los compañeros y con otras personas que nos visitan. Te ayuda a compartir ese día con otros...” expresa Catalina.

“Para nosotros la feria es el desenchufe del trabajo del campo. Nuestros hijos se preocupan porque tenemos que levantarnos a las 4 de la mañana. Pero a nosotros nos encanta. Cuando llueve y no podemos ir, extrañamos y la gente pregunta por qué no fueron los abuelitos de la feria.” Comenta sonriendo Orfel junto a su esposa Vilma

“Me gustan y satisfacen las relaciones que se dan en la feria. Son 8 años de tratar con los feriantes y con los clientes, salen lindas conversaciones...gracias a la feria viajé a Mendoza, a Buenos Aires y a Misiones” dice Lidia Z.

“La feria nos dio experiencia, mostramos nuestros productos, aprendimos muchas cosas, viajamos y conocimos lugares y personas” expresa Elia.

3.1.4 Principales obstáculos y dificultades

Durante el taller los feriantes no sólo analizaron los logros sino también los obstáculos y dificultades que impactan negativamente en el funcionamiento de la feria

De las 13 familias que integran la feria una vive en la ciudad y las otras 12 viven en el campo, la mayoría sobre caminos de tierra. Esta situación dificulta o impide salir cuando llueve y crea incertidumbre los días previos a la feria cuando hay que ponerse a preparar los productos. La falta de un vehículo en condiciones para algunos feriantes también constituye una limitación para traer más cantidad de productos a la feria.

“Si llevara más productos los vendería, pero tenemos que regular la cantidad por que el vehículo nos limita. Además cuando el tiempo está feo, es un riesgo preparar productos porque si llueve no podemos salir” dice Clelia, cuya casa está a 13 km de la ciudad y los primeros 3 km son de tierra.

Este mismo motivo limita también a algunos integrantes para comercializar entre ferias a los contactos que hace en la feria.

“Tendría la posibilidad de vender pizza en Avellaneda y Flor de Oro pero no puedo por falta de movilidad” dice Lidia M.

La mayoría de las familias señalan que la limitación más importante para aumentar la producción y/o realizar la feria con mayor frecuencia es la escasa disponibilidad de mano de obra familiar

“El semillero no quedó, cuando nos vayamos va a quedar tapera”, dice Emilio refiriéndose a que los hijos no quedaron en el campo, porque se fueron a estudiar o se emplearon. La mayoría de los feriantes son matrimonios grandes que al momento de comenzar la feria ya no tenían hijos viviendo con ellos. Sólo son cuatro las familias donde los hijos trabajan junto a los padres en el campo. Sigue comentando Emilio: “A

nosotros nos ayuda cuando puede uno de los hijos. Un peón nos ayuda 3 veces por año en momentos pico de trabajo. Pero nuestro pensamiento en este momento de la vida es hacer tranquilos lo que podemos”

“A los chicos les gusta tener la platita todos los meses, por eso prefieren los empleos. La producción lleva un tiempo, se siembra, se cuida el cultivo y recién después uno cosecha, vende y disfruta del trabajo invertido” comenta Hilda

“En mi casa, mi nieto mayor ayuda al padre en los trabajos del campo, le gusta andar con las máquinas, el tractor o con las vacas pero no le gusta para nada la huerta y la cría de aves. En eso andamos sólo mi nuera y yo”, comenta Nelly

“Los chicos eligieron estudiar. Y cuando terminan sus estudios ya no vuelven al campo” dice Lidia Z.

“Contratar gente es caro, es complicado y es un riesgo por los posibles juicios que te pueden hacer. Las leyes laborales no ayudan” comenta Armando cuando se analiza la alternativa de contratar personal ante la escasa mano de obra familiar. Todos comparten esta mirada. Sin embargo existe la excepción en dos feriantes que contrataron personal permanente para poder sostener el crecimiento de la producción.

En el caso de las familias que no presentan restricciones con respecto a la mano de obra, el cuello de botella para el crecimiento aparece ligado a la tierra.

“Nosotros tenemos 24 ha. Ahí criamos el rodeo de tambo, sembrando pasturas y suplementando mucho. Ordeñamos 250 litros por día y elaboramos quesos. Trabajamos esa tierra intensamente, pero para seguir creciendo necesitaríamos más superficie”, comenta Raquel

Si bien entre los logros ha aparecido la diversificación de productos, existen trabas que este proceso se pueda profundizar. Entre las limitantes se encuentran las normativas bromatológicas que restringen la faena en los establecimientos familiares de pollos y otras aves (pavos, patos) y la consecuente prohibición de comercializarlos en la feria. La misma normativa restringe los chacinados.

“Es una pena que no se puedan llevar pollos a la feria. Desde que comenzamos la feria la gente sigue preguntando si vendemos pollos. La gente de la ciudad valora nuestros pollos porque son terminados con maíz”, comenta Armando

Otra de las causas está ligada a las condiciones ecológicas de la región. El clima del norte de Santa Fe es propicio para la producción de verduras y hortalizas en otoño-invierno. La producción en verano (en particular verdura de hoja) es muy difícil por las altas temperaturas y los suelos muy arcillosos. Si bien han logrado producir algo de verdura de hoja en verano con la incorporación de media sombra y riego, la demanda de verdura fresca en verano no es satisfecha adecuadamente.

“Hemos probado producir lechuga en verano pero es imposible. Ni siquiera con media sombra y riego hemos podido. Si sale un día de viento y mucho calor, cocina todos los almácigos. Con la rúcula y la

achicoria se puede un poco más, pero es muy difícil”, dicen Hilda y Emilio, que tienen uno de los dos puestos más surtidos en verduras y hortalizas.

Respecto a la organización del trabajo, todas las familias manifiestan que han tenido que redistribuir roles a partir de la incorporación a la feria. En general las mujeres, al ocuparse de la producción que se lleva a las feria (huertas, aves de corral, elaboración de panificados, dulces y quesos) y también de la venta en los puestos, se sienten más recargadas de trabajo.

“Trabajamos en familia, incorporamos una persona que me ayuda en la elaboración de quesos y sin embargo yo sigo soy la mas recargada porque sigo con las cosas de la casa” comenta Raquel

“Mi nuera y yo nos sentimos recargadas los días previos a la feria por que nos dedicamos intensamente a preparar cosas para llevar. Y como hay que seguir con las cosas de la casa y el cuidado de los chicos nos sentimos complicadas durante esos días, especialmente mi nuera, que cada tanto me plantea dejar la feria” expresa Nelly

Respecto a los aspectos organizativos, algunos miembros de la feria opinan que hay pequeños detalles que no se cumplen. En la presentación de los productos a veces no se emplean etiquetas o tapas nuevas para abaratar costos. Respecto de la participación, si bien todos tienen la oportunidad de expresarse en la rueda de evaluación que se hace al finalizar la feria no todos participan con la misma intensidad

“Por una cuestión de temperamento algunos integrantes hablan poco cuando hay que opinar”, dice Raquel.

En cuanto a la posibilidad de crecer y mejorar, las opiniones se dividen. Las nuevas incorporaciones a la feria las deciden entre todos los feriantes en asamblea, previa lectura de una carta del interesado. La mayoría de los integrantes de la feria cree que así están bien y piensa que no hace falta incorporar más feriantes, ni introducir modificaciones a la feria.

“Los feriantes que se fueron no tuvieron paciencia. Con la constancia logramos llegar hasta donde estamos ahora. No creo que haga falta integrar más gente, con los que estamos cubrimos la demanda” dice Nelly

“Por ahora estamos completos. Si hubiera otros con otro tipo de productos podría entrar, pero los que se presentaron son personas de la ciudad o productores con los mismos productos que nosotros” expresa Catalina

“Hay gente que pide para entrar, pero con rubros que ya hay en la feria. Si entran va a ser para ganar menos y no nos conviene venir por poca cosa” comenta Hilda

“Hemos intentado incorporar artesanías pero la gente va a la feria a comprar comida” dice Armando

Sin embargo algunos anhelan cambios en la feria

“Me gustaría una feria más grande y más linda. Si ingresan mas feriantes se podría compensar haciendo propaganda y más promoción.” Dice Raquel

“Se perdió lo de los numeritos, los sorteos de canastas con productos para el día de la madre y del padre”, dice Lidia M.

Cuando se realizó la pregunta respecto a si la feria como organización se relacionaba con otras instituciones u organizaciones (sin contar al PSA o a la Municipalidad), la mayoría contestó que no o no supo qué contestar. Sin embargo como grupo de feriantes han realizado acuerdos con la Asociación de Jubilados y Pensionados, en cuyas instalaciones realizan la feria. También forman parte del proyecto de microcréditos del Foro de la Agricultura Familiar y fueron reconocidos como organización por el gobierno de la provincia de Santa Fe cuando este decidió entregar subsidios por emergencia. Si bien se manejan en forma autónoma *hacia adentro* para tomar decisiones en el funcionamiento de la feria, no tienen desarrollada una visión de organización para establecer relaciones *hacia afuera*. En estos casos se ven como beneficiarios.

“Más que una organización somos una gran familia”, expresa Hilda “Estamos organizados, tenemos buen concepto. Nos vienen a ofrecer créditos⁹ y a invitar a exposiciones y fiestas.” Dice Elia

“Nos ofrecieron los microcréditos y lo aceptamos. Pero todavía no entendemos bien la diferencia entre los microcréditos del foro y los proyectos del PSA” dice Lidia Z

3.1.5. Lecciones aprendidas

“Para mi, la principal lección aprendida de la feria, es la unión de los productores y el respeto que el resto te tiene porque estás organizado”, testimonia Elia.

“La confianza entre nosotros la fuimos haciendo de a poco, nos fuimos conociendo en las reuniones donde organizábamos la feria, después haciendo la feria nos fuimos dando cuenta cómo organizarnos” dice Lidia

“Al comienzo nos apoyaron mucho la Municipalidad y el PSA y fue muy bueno.. Pero es cómo cuando se cría un hijo, al comienzo tenés que ayudarlo a andar. Ahora caminamos solitos”. Dice Armando

“Aprendí que cuando tenés un lugar seguro para vender, podés producir más” dice María.

“La feria fue una oportunidad para mejorar y vender lo que siempre hicimos las mujeres para la casa o sea las verduras, los huevos y los dulces. No podríamos vivir de la feria, pero es una ayuda a la economía de la familia y complementa a las otras producciones que tenemos en el campo” expresa Nelly

“Por estar en la feria, el año pasado tuvimos un proyecto para instalar la bomba sumergible. Ahí pudimos hacer un cambio grande con la verdura. Hasta ese momento la veníamos trayendo con mucho esfuerzo, teníamos una bombita chica. Ahora te dan ganas de trabajar...”. Dice Catalina

“En la feria te vas dando cuenta qué le gusta a la gente. Eso lo trabajamos mucho en la feria, en las capacitaciones, en las reuniones de evaluación. Si pescás esa idea, podés ir mejorando tus productos.

⁹ Se refiere al Proyecto de Microcréditos del MDS de la Nación que maneja el Foro de la Agricultura Familiar. En teoría, como organización feria franca forman parte del proyecto. Sin embargo ellos se visualizan como beneficiarios.

Después, si el producto es bueno, se hace una cadena, porque los clientes se pasan la información de boca en boca y aparecen más clientes en la feria o buscan tu producto en el campo.” Dice Raquel

“Primero está la comercialización. Si uno sabe dónde va a vender, entonces organiza la producción para ese destino. Con la feria nos fuimos organizando para ofrecer un poco de verdura de cada clase cada 15 días” expresa Emilio

“La feria nos permite encontrarnos entre nosotros y con los clientes. Conversar e intercambiar ideas. Es un día que trae alegría...” dice Clelia

3.2. La mirada de la feria desde la Municipalidad

Para este punto se entrevistó al actual Secretario de la Producción, Ingeniero Hugo Bernardis.

3.2.1. Principales logros

El logro más importante que rescata Bernardis, es la consolidación del proceso organizativo de los feriantes. Recuerda que el rol que ha tenido la municipalidad en la creación de la feria, ha sido básicamente el apoyo institucional respaldando su funcionamiento. Este apoyo surgió de la decisión política de la Municipalidad de Avellaneda, de facilitar a los pequeños productores agropecuarios un espacio de comercialización contribuyendo al mejoramiento de su producción y al arraigo en el medio rural.

“El rol de la Municipalidad, que lo ha venido desarrollando a través de la Secretaría de la Producción, ha sido el apoyo institucional, es decir promover y permitir el funcionamiento de una feria franca. También se colabora con publicidad y promoción de la feria. Todos los años se hacen calendarios con los días de feria que se distribuyen entre el público, se pasa propaganda radial en el espacio de la municipalidad, aparece información de la feria en la página web de la municipalidad y cuando vamos a exposiciones se los invita para que presenten su stand”, expresa Bernardis.

3.2.2. Principales obstáculos y limitaciones

“Yo aspiro a una feria mas grande, con mas productores y con mas productos. Creo que el día que la feria deje de ser un complemento, vamos a tener a los jóvenes integrados a la producción familiar y protagonistas en la feria. Y esto se puede, por que yo lo he visto en Italia. He visto ferias de venta directa del productor al consumidor, que funcionan con mayor frecuencia y tienen un surtido muy atractivo” testimonia el secretario de la producción.

Cuando se le preguntó sobre las dificultades que existen para vender carnes y chacinados ya que la normativa no permite la faena en el establecimiento familiar sino en frigoríficos, el entrevistado expresa que “venimos trabajando en la idea de un frigorífico de pequeña escala para faena de animales de granja, mas allá del costo de la obra en sí, lo que hay que resolver es la administración del mismo y el grupo de feriantes estaría preparado para integrar el emprendimiento y asumir la responsabilidad” aunque aclara que por ahora es sólo una idea. Considero que el estado primero debe acompañar hasta que la gente demuestre su motivación y sus habilidades y recién después es oportuno el aporte económico.

Cree que todavía hay cosas que se pueden mejorar, fundamentalmente en lo que se refiere a calidad y diversidad. Considera que todavía hay feriantes que tendrían que trabajar tratando de identificar su mejor habilidad y no hacer muchas cosas y de calidad regular. “Un buen feriante es aquel que sabe evaluar su producto y en función de eso mejorarlo, expresa Bernardis.

Respecto a las dificultades del traslado considera que la falta de caminos es uno de los grandes problemas estructurales del medio rural: caminos. “No obstante la municipalidad fue haciendo obras viales. Se hizo el mejorado hasta Moussy y ahora se está trabajando sobre el proyecto de llegar hasta Avellaneda Oeste. Respecto a la falta de vehículos en condiciones por parte de algunos feriantes, se colabora trasladando con una camioneta de la municipalidad a aquellas familias con mayores dificultades”.

3.2.3. Lecciones Aprendidas

“Yo antes veía las cosas de otra manera. Me preocupaba ver todo lo que podríamos hacer en Avellaneda en materia de producción y todavía no hacemos. Hasta que fui a Italia y me di cuenta que hay tiempos en la historia de las comunidades. Ellos tienen 2000 años de historia y tuvieron que pasar una guerra para lograr el desarrollo económico que hoy tienen. Hay ideas que primero se tienen que instalar en la comunidad, por que los procesos de cambio lo tienen que dar todas las partes intervinientes, no sólo el gobierno. A veces la gente dice: cómo no hicimos esto antes! Y yo les contesto que hace 50 años, estábamos preocupados por cosas muy básicas, por la energía eléctrica por ejemplo. Las ideas y la fuerza estaban puestas en otro lado. Al irse resolviendo los problemas sentidos, van apareciendo ideas en la comunidad para producir otros cambios.

Con la feria pasa lo mismo. Lo importante fue haberlos apoyado para que se organizaran. A partir de ahora pueden seguir mejorando y están en condiciones para que los sigamos apoyando con otras iniciativas y en otros aspectos. Por ejemplo, si bien todavía es una idea, venimos analizando la factibilidad de una planta de pequeña escala para faena de aves.”

3.3. La mirada de la feria desde los consumidores

Para este apartado se entrevistaron a tres clientes habituales de la feria.

Elda S. valora que los productos provengan directamente del productor y aprecia la feria como lugar de encuentro. “Yo me crié en el campo, así que cuando vengo a la feria me encuentro con una parienta. Igual con los otros feriantes después de tantos años ya se hace una relación...no hay como las verduras frescas, la de las verdulerías es otra cosa. Es una lástima que no los dejen vender pollos de campo, eso falta”, comenta Elda.

Jorge O. dice: “Yo soy de Reconquista, pero me gusta venir a la feria de Avellaneda, fundamentalmente por las verduras, los huevos de campo y los quesos. Son frescos y son de campo, parecería que tienen otro sabor. La calidad de los panificados es un poco despereja, hay puestos buenos y otros no tanto. Me gusta recorrer y comprar un poco en cada puesto. Busco en un lugar las verduras de hoja, en otro calabazas, en otro los huevos y así con todo lo que compro. Un poco es porque elijo la calidad de productos y otro poco para colaborar con todos”.

Para Carola N. los logros de la feria son por un lado las características diferenciadas en la calidad de sus productos y por otro la organización que se han dado como pequeños productores agropecuarios.



“Yo valoro la calidad de los productos que se venden en la feria. Trato de no perderme ninguna feria. Compró para mi casa y para la familia de mi hermana. Las verduras son frescas y no tienen veneno, porque ellos asumieron el compromiso de producir en forma agroecológica. También encuentro allí otros productos que no hay en los negocios, como los huevos caseros. No sólo son buenos por que las gallinas están criadas con maíz sino porque son huevos *gayados* y el embrión dentro del huevo le aporta más proteínas...”

“...también siento que comprando en la feria contribuyo al sector y lo hago también desde un lugar de compromiso. Creo que es un apoyo para que estas familias puedan seguir viviendo en el campo”, expresa Carola.

4. REFLEXIONES FINALES

Tal como se mencionara oportunamente, el PSA empleó dos enfoques para intervenir en la creación y consolidación de la Feria Promocional de Avellaneda: el Desarrollo Territorial Rural y la Intervención Comunitaria como propuesta metodológica desde la perspectiva de la Educación Popular. Esta sección tiene por finalidad identificar aquellos aspectos o características de la experiencia que se establecen en los enfoques mencionados. Para finalizar, se rescatan las lecciones y recomendaciones que surgieron durante el proceso de sistematización con la finalidad contribuir a aquellas iniciativas orientadas a promover y acompañar a los pequeños productores agropecuarios en la organización de una feria franca.

4.1. Aspectos de los enfoques de intervención presentes en la experiencia

Se puede afirmar que la feria de Avellaneda ha contribuido al Desarrollo Territorial al considerar que ha posibilitado transformaciones productivas, ha mejorado los ingresos de las familias que la integran y fortalecido la autoestima de sus miembros, generando, por todo lo mencionado, cambios favorables en su calidad de vida. Esto es consecuente con Schejtman A. y Berdegú J. (2003) que define al Desarrollo Territorial Rural, como un proceso de transformación productiva e institucional en un espacio rural determinado, cuyo fin es mejorar la calidad de vida de las familias. Cabe destacar además, que se ha logrado la integración de los productores en una organización de feriantes que sustenta y autogestiona ese espacio de comercialización y que se vincula con los actores sociales de su territorio. Considerando al capital social como las normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza y la

cooperación (Durston J. 2000), puede también afirmarse, que la Feria Promocional de Avellaneda ha construido capital social en su territorio

En la experiencia de la Feria de Avellaneda, se ha visualizado al territorio a través de las capacidades dadas por los recursos naturales, humanos, físicos y sociales presentes en el¹⁰. Para la intervención, se partió de considerar las particularidades de los pequeños productores agropecuarios presentes en la zona, cuyos sistemas productivos y de vida, sintetizan los recursos antes mencionados. También se ha partido de considerar las instituciones presentes en el Distrito y las características socio-culturales de toda la población de Avellaneda, habida cuenta que en esa comunidad se encontrarían los clientes potenciales clientes de la feria.

La experiencia de la feria de Avellaneda ha implicado diferentes procesos de articulación y vinculación entre actores sociales. Los productores se vincularon entre sí para dar origen a la organización de feriantes que actualmente lleva adelante la feria. También se vinculan con el PSA y con la Municipalidad de Avellaneda, que en los orígenes de la feria jugaron un rol fuerte como instituciones de apoyo político, técnico y económico. Como organización de feriantes se vincula con los consumidores de la feria y articula con la Asociación de Jubilados y Pensionados de Avellaneda (propietario de las instalaciones donde funciona la feria). También puede citarse como proceso incipiente, la articulación con otras organizaciones de la Agricultura Familiar a través del Proyecto de Microcrédito que lleva adelante el Foro de la Agricultura Familiar. Estas nuevas relaciones generadas a partir de la creación de la feria, han producido cambios en la trama institucional que implican ciertas transformaciones en la dinámica territorial. Teniendo en cuenta que el territorio se origina en las acciones y prácticas de los agentes y las instituciones que enmarcan esa práctica, los actores sociales involucrados en la Feria de Avellaneda pueden ser considerados como agentes directos que contribuyen al proceso competitivo de ese territorio. Sin dejar de valorar estas relaciones de articulación, se observa la ausencia de un espacio público de concertación entre los diferentes sectores y actores sociales del territorio, de modo tal que permita identificar oportunidades de cooperación para materializarlas luego en diferentes proyectos y profundizar así los procesos de desarrollo.

La participación de los productores, ha ocupado un rol central en los procesos de creación y funcionamiento de la feria de Avellaneda. En este trabajo se asume la participación como un “proceso voluntario asumido conscientemente por un grupo de individuos que adquiere un desarrollo sistemático en el tiempo y en el espacio con el fin de alcanzar objetivos de interés colectivo y cuya estrategia debe tener como instrumento fundamental la organización” (Contreras R. 2000 citando a FAO 1988). Los

¹⁰ La noción de territorio es desarrollada por Sepúlveda S. et al (2005). Los autores entienden al territorio como un concepto que trasciende lo espacial. El territorio es considerado como un producto social e histórico, con un tejido social único, dotado de una determinada base de recursos naturales, ciertas formas de producción, consumo e intercambio, y una red de instituciones y formas de organización que se encargan de darle cohesión al resto de los elementos

pequeños productores de Avellaneda que hoy integran la feria han tenido la oportunidad de reconocerse como individuos que comparten intereses, expectativas y demandas comunes las cuales pudieron traducirlas en formas de actuación colectiva. Partiendo de una situación inicial con vínculos heterogéneos (algunos productores pertenecían al mismo grupo de productores del PSA, otros se conocían como vecinos y otros no se conocían) pudieron construir vínculos de solidaridad y cooperación y resolver de este modo, problemas en la comercialización de sus productos.

En la actualidad, se encuentra consolidada en mayor medida la organización en sus acciones *hacia adentro* que *hacia afuera*. Los mecanismos que implican la distribución de roles y tareas para el funcionamiento de la feria, se encuentra muy fortalecidos y desde ese punto de vista, podría afirmarse que se manejan en forma autónoma. Se visualiza entre los feriantes compromiso y responsabilidad. La asistencia de sus integrantes ha sido una constante durante los 8 años que lleva funcionando, sólo interrumpido por lluvia o enfermedad. Esto no es menor, ya que es condición para que la feria mantenga una clientela estable, ofrecer cantidad y variedad de productos, lo cual sólo se logra con la participación todos y cada uno de los puestos que la integran. En este sentido, puede afirmarse que la creación de la feria ha contribuido al empoderamiento de este grupo de productores al posibilitar asumir el control de sus asuntos y tomar conciencia de su habilidad para producir, crear y gerenciar. Coincidiendo con Manzanal (2006) la participación organizada de la comunidad ha sido fundamental como eje para el desarrollo de esta propuesta de desarrollo territorial rural

Hacia afuera si bien es reconocida por la comunidad como una organización de productores, lo cual fortalece la identidad y la autoestima, no se ha proyectado para posibles negociaciones o gestiones con otros actores sociales o instituciones diferentes a la Municipalidad o PSA.

En cuanto a los vínculos urbano-rurales, han sido esenciales para el desarrollo de las actividades agrícolas y no agrícolas relacionados con esta iniciativa¹¹. La feria de Avellaneda se ha constituido en un lugar para el encuentro de intereses. Allí se encuentran los pequeños productores agropecuarios comercializando los productos y los consumidores de la ciudad, valorando los alimentos sanos y frescos que allí se ofrecen. En este sentido, la alternativa campo - ciudad deja de ser un concepto antagónico para ser considerada una estrategia de complementación. Gracias a la posibilidad de vender sus productos en forma directa a la población urbana, los productores cuentan con una herramienta que favorece su permanencia en el campo.

En lo referente al enfoque de intervención, el equipo técnico ha enmarcado su accionar en el enfoque metodológico de la Intervención Comunitaria desde la perspectiva de la Educación Popular. El equipo, se ha posicionado cooperando, aportando su conocimiento técnico, recogiendo los saberes de los productores y acompañando el proceso organizativo. Tal como lo desarrolla Lapalma (2006), estos procesos intencionales de cambio se han llevado a cabo mediante “mecanismos participativos tendientes al desarrollo

¹¹ Coincidiendo con uno de los postulados desarrollados por Alexander Schejtman y Julio A. Berdegué, (2003) ya citado en párrafos anteriores que expresa que los vínculos urbano-rurales que son esenciales para el desarrollo de las actividades agrícolas y no agrícolas al interior del territorio.

de recursos de la población, al desarrollo de organizaciones comunitarias autónomas y a la modificación de las representaciones de su rol en la sociedad y sobre el valor de sus propias acciones para ser activo en la modificación de las condiciones que las marginan y excluyen”

También es importante resaltar que se ha empleado actividades de capacitación como herramienta fundamental de la educación popular, permitiendo llevar adelante procesos dialécticos del conocimiento donde se alternan teoría y práctica. La estrategia empleada contempló la sucesión de instancias de capacitación (talleres de capacitación, talleres de evaluación) con prácticas concretas de comercialización y producción (realización de ferias y producción predial). De este modo se fueron recogiendo desde la práctica, los saberes que traían los productores y los nuevos conocimientos que iban generando. Estos conocimientos generados pertenecen a tres ejes: productivos, comerciales y organizativos.

Durante todo el proceso de intervención, participación, organización y capacitación se trabajaron como partes correlacionadas de una misma unidad alimentando la democratización, para que este grupo fuera asumiendo progresivamente *parcelas de poder*. El traspaso del protagonismo a la comunidad ha requerido de la constitución de una nueva estructura organizativa que fue incorporando progresivamente a personas y grupos al proceso de participación iniciado y promovido por el equipo técnico. Se partió de un grupo de personas con vínculos heterogéneos y se concluye el proceso de intervención con la presencia de un grupo organizado que lleva adelante en forma autónoma *su feria franca*. En este resultado cabe valorar especialmente la autogestión como soporte de una acción social colectiva.¹²

4.2. Aprendizajes y recomendaciones

En los próximos párrafos se rescatan las lecciones y recomendaciones que surgieron durante el proceso de sistematización. Valorados en su justa medida, estos criterios de intervención citados como un listado de *buenas prácticas*, tienen como finalidad contribuir a aquellas iniciativas orientadas a promover y acompañar a los pequeños productores agropecuarios en la organización de una feria franca para lograr un mejor desempeño y problematizarse sobre algunas cuestiones importantes.

- Definir claramente la finalidad última que se busca al apoyar la organización de una feria franca.

En el caso de la Feria de Avellaneda, tanto el PSA como la Municipalidad de Avellaneda, explicitaron al comienzo del proceso, que apoyarían la creación de una feria franca para contribuir al arraigo de los pequeños productores agropecuarios en el campo. Existió desde el comienzo una intencionalidad clara de apoyo a este sector, lo cual se tradujo posteriormente en el punto del Reglamento de Funcionamiento que expresa como criterio relevante de inclusión, que sus miembros produzcan y vivan en el campo. Una vez

¹² Núñez (2002) expresa la simultaneidad de los procesos de educación y organización: “Desde la Concepción Metodológica Dialéctica, educar y organizar son dos dimensiones de una misma estrategia, que pretende que las clases populares se apropien colectivamente de su realidad, para que orienten su acción organizada en función de sus propios intereses”

que la feria se consolidó, la responsabilidad de aceptar nuevas incorporaciones quedó bajo la órbita de la organización de feriantes, quienes contaron con elementos para fundamentar la aceptación o no de otros integrantes. De este modo se han evitado situaciones conflictivas e incómodas a la hora de una posible negativa frente a solicitudes de emprendedores urbanos. Este criterio también ha permitido conservar la identidad de una feria con impronta rural.

- Asumir que la infraestructura territorial no está pensada para que los pequeños productores agropecuarios de la zona rural abastezcan a la población local.

La falta de redes de caminos adecuados, la carencia de vehículos propios por parte de los pequeños productores y la ausencia de medios de transporte público, conspiran para dificultar la participación en las ferias. Cuando el estado interviene apoyando ferias, debería sostener en el corto y mediano plazo algún tipo de apoyo para solucionar estos desequilibrios estructurales. Generalmente se realizan grandes inversiones en redes viales empleadas para el traslado de commodities con destino a grandes ciudades o puertos, beneficiando implícitamente a otro sector del agro. ¿Por qué no pensar en entonces, como parte de una política pública, en transportes subsidiados desde el estado para que los pequeños productores puedan abastecer con sus alimentos a los pueblos y ciudades de su región?

- Implementar mecanismos para evitar que la feria no se vaya *achicando*.

Existe entre las ferias la tendencia a ir paulatinamente disminuyendo el número de sus integrantes. La feria de Avellaneda comenzó con 20 integrantes y actualmente la integran 13 familias. Los que quedaron se muestran reticentes a la incorporación de nuevos feriantes por temor a distribuir las ventas entre un mayor número de familias y también por miedo a incorporar personas conflictivas. El achicamiento de la feria provoca que el esfuerzo institucional que implica el apoyo a una feria quede distribuido entre pocas familias. También pone en riesgo la vida de la feria ya que los clientes se sienten atraídos siempre y cuando la feria sea grande y diversa. Se recomienda entonces reflexionar con los productores sobre esta cuestión durante la etapa de organización y considerar una política de reemplazo de los feriantes que se van. Para ello se podría incluir dentro del reglamento de funcionamiento algún mecanismo para tal fin de modo que los feriantes que quedan, asuman la tarea de promocionar activamente el ingreso de otros agricultores familiares y evitar el achicamiento progresivo de la feria.

- Basar la intervención en procesos educativos desde el enfoque de la educación popular.

La propuesta metodológica consiste en trabajar sobre la construcción de situaciones educativas partiendo del rescate de la experiencia concreta. Se recomienda el empleo de metodologías que permitan alternar el conocimiento teórico con la práctica concreta de la comercialización. En esta experiencia dieron resultados los talleres de capacitación alternados con la realización de las ferias y los talleres de evaluación como instancia para anclar los aprendizajes. Como consecuencia de este proceso, quedarán capacidades instaladas entre los participantes y un *embrión organizativo* constituido por los acuerdos de trabajo que se van estableciendo entre los participantes. Si por algún motivo la feria no funciona como

canal alternativo o bien no le resulta conveniente a alguna de las familias, las capacidades adquiridas durante la experiencia, se podrán capitalizar al ser empleadas en otras modalidades de venta.

- Es importante que el proceso de intervención contemple gradualidad en las acciones para permitir que los productores se animen a participar en una propuesta de comercialización innovadora.

Con esta metodología de trabajo no se convoca a los productores para integrar una feria sino para capacitarse en comercialización. De este modo se evita la presión de tener que decidir sobre algo nuevo y desconocido. La gradualidad de las acciones se refiere a que el proceso comienza con talleres de capacitación, continúa con una etapa donde se realizan ferias experimentales y recién después los participantes deben decidir si continuar o no realizando ferias regularmente. Para ese entonces ya habrán incorporado nuevos conocimientos de mercadeo estratégico, habrán tenido la posibilidad de probarse vendiendo en las ferias experimentales y se habrán vinculado con quienes podrían ser sus compañeros en la feria.

- Es conveniente el abordaje de los tres ejes en conjunto: el comercial, el productivo y el organizativo

En la práctica, la producción y la comercialización son parte de un mismo proceso. En un enfoque de mercado, la comercialización *tracciona* sobre la producción requiriendo cambios y ajustes en los sistemas productivos. Para que comercialización y producción crezcan armoniosamente, es conveniente acompañar con financiamiento y asistencia técnica los cambios requeridos en los sistemas productivos de cada feriante. El eje organizativo, se refleja en los acuerdos de trabajo que los participantes van definiendo al abordar los criterios comerciales (mercadeo estratégico) y logísticos (distribución de roles y funciones) en las instancias de capacitación y evaluación de las ferias experimentales.

- Prever algún sistema para el control de calidad de los productos que se venden en la feria

Es importante prever algún sistema que garantice tanto la producción propia como la calidad de los productos que se venden en la feria. Además de la inocuidad de los alimentos, condición necesaria para la aptitud de un alimento en muchas de las ferias de la agricultura familiar, la diferenciación de calidad de los productos, opera como estrategia comercial de la feria. Verduras frescas y sin residuos de agroquímicos, huevos de campo, elaboraciones caseras para conservas y panificados, son las características en las cuales se basa la feria para diferenciarse de otras opciones (supermercados y comercios en general). Si el control de la calidad queda en manos de los feriantes, se corre el riesgo que falle su implementación por la dificultad y la incomodidad de controlarse entre pares. Para ello se propone diseñar un sistema de control de calidad que contemple el control de los productos durante la feria y durante la etapa de producción. Esta responsabilidad se podría compartir entre los diferentes actores involucrados en la feria: productores, técnicos y consumidores integrando un grupo de trabajo para llevar a cabo esta tarea.

- El enfoque territorial integrador de actores y formador de capital social

El análisis del territorio implica la observación de la trama de relaciones entre la dimensión productiva-económica y la dimensión institucional. En esta trama, los actores e instituciones se convierten en agentes directos del proceso competitivo. En el marco de un proceso de intervención para la creación de una feria franca, resulta muy importante la articulación con el municipio, por considerar a esta institución como el actor central del estado local. Las ferias necesitan la autorización del gobierno local para su funcionamiento. En los inicios del proceso, cuando todavía no existen las normas jurídicas que posibiliten la realización de una feria de pequeños productores, el municipio suele ofrecer una especie de *paraguas político a modo incubadora* para que la feria comience a funcionar. Con el tiempo las interacciones entre el municipio y la feria se pueden intensificar y avanzar hacia otros acuerdos de colaboración. En el caso de la experiencia en estudio, la municipalidad ha brindado apoyos permanentes en materia de promoción (partes de prensa, un lugar para la feria en la página web del municipio e invitaciones a participar en diferentes eventos y exposiciones)

Una vez que el grupo de feriantes se consolida como organización, puede establecer vínculos de colaboración con otros actores locales. En los inicios de la feria de Avellaneda, se había establecido un acuerdo con la Asociación de Jubilados y Pensionados la cual le permitía realizar la feria en sus instalaciones mientras que los feriantes otorgaban un descuento a los jubilados en sus compras. El ejemplo citado, expresa la potencialidad que tienen las ferias para tejer con otros grupos y actores, una trama de relaciones con expectativas de reciprocidad. Esto dependerá en buena parte, de la capacidad de relacionamiento y gestión que tenga la organización de feriantes y es también un desafío para la institución que interviene acompañando la organización de la feria, reflexionar sobre su importancia y promover estas relaciones. Estos vínculos formadores de capital social, colocan a los feriantes como agentes protagónicos en la solución de sus problemas y articuladores de la dinámica socio-cultural de su territorio

- Los procesos de intervención comunitaria con perspectiva de educación popular crean las condiciones para la participación y la autonomía

En el marco de los procesos de intervención comunitaria con perspectiva de educación popular, se busca que tanto municipio como otras instituciones intervinientes, vayan cediendo parcelas de poder a través de instrumentos y canales de participación, lo cual creará condiciones favorables para la consolidación del grupo de feriantes como una organización de base. En otras palabras, en esta propuesta de trabajo, la feria *no pertenece* a la municipalidad, ni tampoco de la institución que le brinda apoyo técnico y financiero para su organización. Al considerar al grupo de feriantes como un colectivo de trabajo independiente, habrá mayores probabilidades para que éste se apropie del proyecto y vaya asumiendo gradualmente autonomía en la conducción de la feria.

5. BIBLIOGRAFÍA

Alboan. (2006). “Viendo la sistematización”. Extraído el 24 de abril de 2010 desde www.alboan.org/archivos/1viendo.pdf

Cáceres, D., Silvetti, F., Díaz S. y Calvo S. (2005) “Análisis Participativo del Proceso de Transformación Productiva e Institucional en Reconquista” RIMISP

Caracciolo de Basco, M. (1993) “Hacia una estrategia de desarrollo rural para la Argentina. Bs. As. IICA. Oficina en Argentina. Gráfica Macor

CEDEPO. Centro Ecuménico de Educación Popular. <http://www.cedepo.org.ar/pdls.html>. Se accedió al sitio el 20 de mayo de 2010

Censo Agropecuario 2002 Datos Provisionales

http://www.minagri.gob.ar/sagpya/agricultura/analisis_economico/02-CNA_2002/archivos/000002-Resultados%20Provisionales/000009_Santa%20Fe.pdf?PHPSESSID=ea3192118a2d1800b72557006aec5b16. Se accedió al sitio el 23 de julio de 2010

de la Vega, P (2007) “Cómo hacemos una feria”. Documento Interno de PSA Santa Fe. SAGPyA-PSA. Reconquista, Santa Fe.

Di Filippo, M. y Mathey, D. (2008). Los indicadores sociales en la formulación de proyectos de desarrollo con enfoque territorial: documento de trabajo N° 2 - 1a ed. - Buenos Aires : Inst. Nacional de Tecnología Agropecuaria - INTA: Programa Nacional de Apoyo al Desarrollo de los Territorios.

Jara Holliday, O. (2005) La Concepción Metodológica Dialéctica, los Métodos y las Técnicas Participativas en la Educación Popular. CEP Alforja, San José, 2005. www.alforja.or.cr/centros/cep Se accedió al sitio el 11 de junio de 2010

Lapalma, A. (2006) **El Escenario de la intervención comunitaria.** ISSN 18531849 <http://www.enigmapsi.com.ar/escintcom.html> Se accedió al sitio el 10 de mayo de 2010

Lapalma, A. (2008) Apuntes de clase de los cursos: “El proceso de intervención social” (11,12 y 13 de septiembre de 2008) y “Análisis y “Resolución de problemas” (4, 5 y 6 de diciembre de 2008). Especialización Desarrollo Rural. Escuela para Graduados Alberto Soriano de la Facultad de Agronomía. UBA

Manzanal, M. (2006) “Regiones, territorios e institucionalidad en el Desarrollo Rural” en Manzanal Mabel, Neiman Guillermo y Latuada Mario (comp.) (2006) Desarrollo Rural. Organizaciones, instituciones y territorio. ED. CICCUS. Buenos Aires, Argentina. Pp.21-50.

Martinic, M. (2000) “Educación Popular e Investigación Acción Participativa para un desarrollo rural desde la praxis”. www.naya.org.ar/.../Mauricio_Marino_Martinic.htm. Se accedió al sitio el 20 de mayo de 2010

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación (MAGYP)

http://www.minagri.gob.ar/SAGPyA/agricultura_familiar/psa/index.php se accedió al sitio el 20 de noviembre de 2010

Municipalidad de Avellaneda (2008) <http://www.avellaneda.gov.ar/pagina/.../historia.html> se accedió al sitio el 20 de julio de 2010

Núñez, H. (2002). Educación Popular. Material de apoyo para Educadores de Iniciativa Social para la Democracia Tomado de “Educar para transformar, Transformar para Educar” de Carlos Núñez. San Salvador, enero de 2002

Portal de la provincia de Santa Fe. <http://www.santafe.gov.ar/...Santa-Fe/EncGanadera/Encuesta-Ganadera-por-Localidad.-Junio-2009.-Departamento-General-Obligado>. Se accedió al sitio el 18 de agosto de 2010

http://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/download/77704/375810/file/CUAD_ENE%2001-547.xls. Se accedió al sitio el 18 de agosto de 2010

PSA (2002) “Memoria del taller de Evaluación de la Feria de Avellaneda”. Documento Interno. SAGPyA-PSA. Reconquista, Santa Fe.

Schejtman, A. y Berdegué J. (2004) Desarrollo Territorial Rural. Debates y Temas rurales N° 1. RIMISP. Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.

Schneider, S. y Peyré Tartaruga, I. G. (2006). “Territorio y enfoque territorial: de las referencias cognitivas a los aportes aplicados al análisis de los procesos sociales rurales”. En Manzanal, M.; Neiman, G. y Lattuada, M. (Comp.) Desarrollo rural. Organizaciones, instituciones y territorios. Buenos Aires, CICCUS.

Sepúlveda, S., Rodríguez, A. Etcheverri, R. y Portilla M. (2003) “El enfoque territorial del desarrollo rural” IICA. San José, Costa Rica

Tapella, E. (2007) “La dimensión humana de la conservación”. Biblioteca Virtual sobre Sistematización de Experiencias. CEAAL. Biblioteca Virtual sobre Sistematización de Experiencias. CEAAL http://www.alforja.or.cr/sistem/documentos/informe_sistematizaciondas.pdf. Se accedió al sitio en marzo de 2010

Tapella, E. (2007) “Análisis de Factibilidades e Identificación de Factores que contribuyen al Éxito o Fracaso de proyectos” Serie Documentos de Trabajo del PETAS N° 24 – Febrero 2007 www.petas.com.ar Se accedió al sitio en noviembre de 2010

Unión Agrícola de Avellaneda (2004) <http://www.uaa.com.ar/> se accedió al sitio el 21 de julio de 2010

Vitti D., Ybran, R. y Lacelli, G. (2010) Evaluación de Gestión Ambiental de Empresas Agropecuarias en el Departamento General Obligado mediante Indicadores de Sustentabilidad. EEA INTA Reconquista

Anexo N°1
Reglamento Interno de la Feria Promocional de Avellaneda¹³

1 Requisitos para participar en la Feria de Avellaneda

- 1.1. Ofrecer producción propia
- 1.2. Estar registrados como feriantes
- 1.3. Es obligación de los feriantes participar en todas las ferias y en todas las reuniones organizativas. Sólo se contemplarán inasistencias por fuerza mayor (enfermedad, lluvia). Se aceptarán hasta tres faltas por año que no respondan a causas de fuerza mayor, debiendo estar el resto de los feriantes avisados previamente.

Si algún feriante faltara sin aviso por tres veces consecutivas se lo considerará excluido de la feria.

- 1.4. Cada feriante podrá ofertar cualquier producto siempre y cuando se encuentre dentro de la lista de productos permitidos para vender en la feria.
- 1.5. Es obligación de los feriantes cumplir con las siguientes pautas de calidad:
 - 1.5.1. La verdura debe provenir de la huerta orgánica
 - 1.5.2. Los alimentos deben elaborarse artesanalmente
 - 1.5.3. Los feriantes deben contar con capacitaciones vinculadas a la Manipulación Higiénico Sanitaria (Bromatología) y otras capacitaciones que vayan surgiendo y que se consideren necesarias para mejorar la calidad de los alimentos.
 - 1.5.4. Los feriantes deben cumplir con las pautas de Presentación y Calidad de los productos que se expliciten en las capacitaciones de Bromatología.

2. Nuevas incorporaciones de productores a la feria

- 2.1. Con el objetivo de establecer un equilibrio entre la oferta y la demanda, no habrá nuevas incorporaciones a la feria de Avellaneda de productores que ofrecen rubros que ya estén cubiertos por los feriantes actuales.
 - 2.2. Se podrán incorporar productores que ofrezcan productos que nadie ofrezca o cuyo volumen resulte insuficiente.
 - 2.3. La decisión sobre la incorporación de nuevos feriantes se tomarán en asamblea por votación y por mayoría de votos.
3. Sobre los precios

¹³ *Transcripción del Reglamento Interno de Funcionamiento redactado en Avellaneda el 2 de mayo de 2003. Esta es la versión original que corresponde a los inicios de la feria.*

- 3.1. Precios de las Verduras: Se tomará como referencia los precios a los cuales se vende la verdura en los comercios de Avellaneda y se le aplica una quita del 5-10 %.
- 3.2. Precios de los elaborados y panificados se considerará el costo de elaboración en efectivo mas un porcentaje de ganancia.
- 3.3. Los precios se mantendrán desde el inicio hasta el final de cada feria.
- 3.4. Todos los productores ofertarán cada producto al mismo precio. El precio de cada producto se define en una rueda de acuerdo de precios que se realiza antes de comenzar la feria.

4. Aspectos Operativos de la feria

4.1. Horarios:

Horario de invierno:

Arribo de los productores a la feria: 7 hs

Inicio de atención al público: 8 hs

Fin Atención al público: 12.30 hs

Trueque entre feriantes: 12.30-12.45 hs

Levantada de puestos y limpieza: 12.45 en adelante

Horario de Verano

Arribo de los productores a la feria: 6.30 hs

Inicio de atención al público: 7.30 hs

Fin Atención al público: 12 hs

Trueque entre feriantes: 12 a 12. 15 hs

Levantada de puestos y limpieza: 12.15 hs en adelante

4.2. Cada feriante debe cumplir los horarios del punto 4.1. haya vendido toda la mercadería.

4.3. La feria no se suspende por lluvia

5. Aporte de los feriantes:

Cada familia feriante deberá aportar 1\$/ feria para pagar el alquiler de tablonés del Centro de Jubilados de Avellaneda y para otros gastos que puedan surgir.

Estos aportes serán recaudados por el Tesorero de la Comisión Directiva.

6. Sobre los puestos

6.1. Cada puesto debe estar identificado con el nombre del feriante y la localidad a la cual pertenece.

6.2. Los feriantes deben llevar vestimenta adecuada: guardapolvos o camisas claras y cabezas cubiertas con gorros o pañuelos claros.

7. Sobre la Comisión Directiva

7.1 Se integrará una comisión directiva transitoria (hasta fin de año) con la finalidad de resolver las cuestiones más urgentes de la feria.

7.2. El presidente de la C.D. acompañado por otro feriante y por un representante de la Municipalidad de Avellaneda deberán recorrer los puestos al iniciarse la feria con la finalidad de observar la calidad y presentación de los productos presentados en la feria. Cualquier falta detectada en esta recorrida deberá ser comunicada al resto de la C.D. cuyos integrantes deberán advertir al feriante sobre su falta y aconsejar procurando solucionar el problema

ANEXO N° 2

Cambios relevados en las familias que participan en la Feria de Avellaneda

Como parte del proceso de sistematización, se realizó un relevamiento con la finalidad de identificar aquellos cambios producidos como consecuencia de la participación en la Feria de Avellaneda. Los cambios producidos a nivel comercial, la adecuación de los sistemas productivos a las nuevas demandas y las modificaciones de la organización familiar y grupal fueron relevados a través de entrevistas a cada una de las familias que integran la feria. Con los resultados del relevamiento se confeccionaron las tablas que se presentan a continuación.

1. A partir de la incorporación de la Feria Promocional de Avellaneda como nuevo canal de comercialización: ¿Qué resultados y cambios ha identificado su familia?

Aspectos Comerciales					
¿Diversificó la oferta?	¿Mejóro la calidad?	¿Qué aspectos de la calidad?	¿Logró mejores precios?	¿Aumentaron las ventas desde el inicio de la feria hasta la actualidad?	¿Concretó contactos comerciales que sostiene fuera de la feria?
13 respuestas afirmativas	13 respuestas afirmativas	8 presentación 1 mejor sabor 1 Frescura y terneza de las verduras 1 calidad de los ingredientes 1 aspecto, sabor y color de las verduras	8 repuestas afirmativas 4 respuestas igual 1 único canal es la feria	12 respuestas afirmativas 1 respuesta negativa	8 respuestas afirmativas 5 respuesta negativa

“Desarrollo Territorial Rural en el Norte de Santa Fe: el caso de la Feria Promocional de Avellaneda”

		2 procedimiento de elaboración			
--	--	--------------------------------	--	--	--

¿Aumentó la producción de los bienes destinados a la feria?	¿Incorporó nuevos cultivos o nuevos rubros de producción?	¿Modificó la estacionalidad de la oferta?	¿Se produjeron cambios en la organización del trabajo familiar?	¿Algún miembro de la familia se siente recargado de trabajo?	¿Ha sido la feria una alternativa donde participan los jóvenes de las familias?
13 respuestas afirmativas	13 respuestas afirmativas	7 respuestas positivas: Siembra escalonada de verduras Verdura en verano Leche todo el año Elaborar queso de rayar en verano	10 respuestas positivas 3 respuestas negativas	7 respuestas positivas (4 responden que son las mujeres las que se ven recargadas de trabajo) 8 respuestas negativas	2 respuestas afirmativas 11 respuestas negativas Jóvenes ya no estaban en la casa Jóvenes no se sienten atraídos por esa actividad Jóvenes eligen estudiar

¿Se respeta el reglamento	¿Cuántos integrantes	¿Las decisiones se toman en forma	¿Gestionaron proyectos para mejorar la feria por	Se relacionan con otras organizaciones o	¿ Por qué no creció el número de integrantes de la
---------------------------	----------------------	-----------------------------------	--	--	--

“Desarrollo Territorial Rural en el Norte de Santa Fe: el caso de la Feria Promocional de Avellaneda”

de funcionamiento?	participan en la toma de decisiones?	independiente de las instituciones de apoyo?	fuera de las instituciones de apoyo?	instituciones	feria?
13 respuestas positivas	5 responden “todos” 8 responden “ la mayoría”	6 responden “Si” 7 responden “Si, pero a veces se consulta con el PSA o la municipalidad”	8 responden “No” 5 Responden “Si” Proyecto de Emergencia 2009 (Financiado por la Provincia) Microcrédito Foro (Proyecto de Microcrédito de la Mesa del Foro de Agricultura Familiar financiado por Ministerio de Desarrollo Social de la Nación)	4 responden “si” -Asociación Jubilados -Microcréditos del Foro - 9 responden “no”	5 “Todos los rubros cubiertos” 5 “Estamos bien así” 3 “No se ha presentado gente con rubros diferentes a los que ya vendemos en la feria”

ANEXO N° 3

Productos que se comercializan en la Feria de Avellaneda



Feriante	PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZAN EN LA FERIA A LO LARGO DEL AÑO
Abel M.	Variedades de chaucha, acelga, lechuga, espinaca. rúcula, perejil , cebolla de verdeo, berenjenas Tomate triturado.
Armando S.	Lechuga, rúcula, perejil, acelga, espinaca, cebolla de verdeo. Huevos
Catalina C.	Acelga, lechuga, repollo, achicoria, perejil, rabanitos, coliflor, zapallo guía, zapalito de tronco, zapallo de papa, calabazas, cebolla, ajo, cebolla de verdeo, remolacha, batata, mandioca, huevos.
Clelia M.	Prepizzas. Bizcocho salado. Torta alemana. Arrollado con dulce de leche y membrillo. Masitas dulces. Alfajores de maicena. Roscas. Tortas. Pasta frola.
Elsa P.	Quesos semiduros: común, sin sal y saborizados (pimienta y orégano). Ricota. Queso rayado
Emilio Z.	Achicoria común y pan de azúcar. Lechuga mantecosa y crespita, espinaca rastrera (tetragona), espinaca de hoja, batata amarilla y colorada, cebolla de cabeza y cebolla de verdeo, remolacha, repollo, zanahoria, ajo, arveja, poroto manteca, zapallo común, brasilero y coreanito, zapallito de tronco, chaucha amarilla y metro, tomate. Limón, lima y naranja. Huevos
Lidia M.	Lechuga, achicoria, rúcula, remolacha, espinaca, rabanitos, porotos y arvejas. Masitas varias, bizcochos salados y pan casero.

“Desarrollo Territorial Rural en el Norte de Santa Fe: el caso de la Feria Promocional de Avellaneda”

Lidia Z.	Dulce de leche. Grasa manteca. .Leche. Dulces y mermeladas (de naranja, mandarina, mamón, zapallo y durazno). Pomelos y limas.Zapallos y calabazas. Batatas. Maní. Crostul.
María V.	Lechuga, acelga, espinaca, repollo, achicoria, perejil, cebolla de verdeo, ajo, zanahoria, calabazas, zapallito papa, rabanitos, limomes, pomelos, melones y sandía. Licores (de naranja, quinotos, café y mandarina). Mermeladas y dulces (de naranja, mandarina, higo, durazno, quinotos y mamón) Panificados. Maní y garrpiñadas. Escobas
Nelly D.	Berenjena, Morrón, ají, ajo, Mandioca, Zapallo, zapallito de tronco, zapallo papa, zapallo plomito, zapallo de ombligo, coreanito, calabaza rayada, choclo, tomate, achicoria pan de azúcar, escarola, radicheta, rúcula, lechuga 5 dedos, colorada, morada, crespa, mantecosa, acelga, espinaca rastrera, repollo, remolacha, zanahoria, cebolla de cabeza, cebolla de verdeo, perejil, apio, puerro, brócoli, chaucha amarilla, metro, ancha, arveja, poroto manteca, mandarina, limón, mermelada de higo, de durazno, mamón en almíbar, higo en almíbar, huevos, flores del jardín, plantines y plantas ornamentales.
Orfel K..	Queso semiduro. Pan casero. Panificados. Huevos
Raquel B.	Queso semiduro. Queso semiduro saborizados (ají, pimienta). Queso de rayar. Queso rallado.
Rosalía F.	Miel. Polen. Dulce de mamón